

秋田県藤里町における農業の6次産業化の現状と課題

大竹 伸郎

1. はじめに

日本の農業地域が抱える農業人口の高齢化や担い手不足といった問題の背景には、いくつかの要因がある。一つ目の要因は、国内の農業の生産性が他の製造業やサービス業などに比して低位であったことである。犬井（2003）によれば、高度経済成長期以降、他産業との所得格差が拡大し、離農して都市部へと出ていく人が急増したとしている。2つ目の要因は、高度経済成長を背景とした円高の進展、とりわけ1985年のプラザ合意を経て、1ドル260円から120円台へと急速な円高が進んだためである。すなわち、円高によって国内で食料を生産するよりも海外から食料を輸入した方が、経済合理性が高いと判断した政府が国内農業保護政策から、輸入農産物の自由化路線へと政策転換し、それを多くの国民が支持してきた結果であろう。

しかし、近年では気候変動や地域紛争によって世界的な穀物生産地域からの、安定的な食糧供給が困難になっているとともに、日本経済の失速によって、輸入農産物に頼った食料供給体制に陰りが見受けられる。農水省の発表によれば2021年度の食料自給率はカロリーベースで38%となっているが、現代の日本人の1日の標準摂取カロリー2,265kcalの内、410kcal（標準摂取カロリーの18.1%）を占める肉類の国内自給率は16%、339kcal（同14.9%）を占める油脂類は同じく3%、299kcal（同13.2%）を占める小麦は同じく17%、181kcal（同7.9%）を占める砂糖は36%となっている。ここに挙げた4品目の合計カロリーだけでも1,229kcal（同54.2%）に上るが、これら以外にも大豆の74%、魚の47%、果物の70%、野菜の25%などを輸入に頼っている。

こうした現状は、武力紛争や大規模自然災害といった有事の際に、安定的に食料を供給できるのかという食料安全保障の観点からも好ましいものではない。人

間が生きてゆく上で、必要不可欠な食料を生産する農業は、宇沢（2015）が提唱する社会的共通資本¹⁾の一つであるという共通認識を国民全体で共有することが重要である。

農業生産物の直接販売や加工販売、農業生産者の飲食業や宿泊産業への参入といった「農業の6次産業化」の取り組みは、これまでの主従関係が明確な市場出荷体制から、幾分かでも生産者が価格交渉力を有する流通形態への転換を意味している。6次産業化が進められるようになったきっかけは、2010年12月3日に民主党政権下で公布された「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（以下「6次産業化・地産地消費」とする）」以降である。同法では農業の6次産業化を「総合化」として捉え、農業経営体や農業関連事業者が地元の農産物や水資源、食品残渣や未利用間伐材などのバイオマス資源の利用を進めることで地球温暖化対策にもつながるものとして、総合化事業計画の認定を受けた経営体などに対し、国が支援する仕組みが設けられた（新妻、2010）。

本論の研究対象地域である藤里町は、世界自然遺産白神山地の南部に位置し、日本各地から観光客が訪れる地域であるが、近年人口減少による過疎化の問題が深刻化している。藤里町の農業は、藤里町の基幹産業の一つであるが、過疎化による担い手不足の問題を抱えている。本論では、現在、藤里町で行われている6次産業化をはじめとした農業振興政策について、その現状と課題を明らかにすることを目的とする。

2. 日本における農業の6次産業化の展開とこれまでの研究成果

2.1 日本における農産物直売所の展開過程

農業の「6次産業化」という言葉は、1990年代後半

に農業経済学者の今村奈良臣が提唱したものである（(一社)北海道地域農業研究所, 2021）。6次産業化とは農産物の生産者（1次産業）である農家が、食品加工業（2次産業）や小売り業・飲食業・宿泊業（3次産業）に参入することで、農業収益を向上させようという試みであり、農業が無くなってしまえば（ゼロになってしまえば）成り立たないことから、農業生産の1次産業に2次産業と3次産業を掛け合わせて6次産業化という定式化をおこなっている（今村, 2010）。

6次産業化の取り組みの中で、早くから取り組まれてきたのは小売り業、すなわち農家による直接販売やモチやミソ、漬物などの伝統的加工食品づくりで、これら加工食品も直売所で販売されてきた。（財）都市農山漁村交流活性化機構（2010）によれば、全国的に常設型の直売所が設置されるようになったのは、1975（昭和50）年頃からで、農協に出荷できない規格外品を販売する目的で建設されたものが多く、小規模で品揃えも少ないものが多かった。1989（平成元）年頃になると、地域農業活性化や農業者自立活動、農家の女性労働力の活用などを目的にした活動がみられるようになり、店舗の規模や品揃えを充実させる直売場が増加していった。田中（2009）によれば、大型の常設施設で、農業生産者以外の委託販売員（当時は農家の主婦など）を雇用して地域の農畜産物を販売する現在の直売所の嚆矢となったのは、1985年に設立された岩手県紫波町の「産直センターあさかわ」であるとしている。この産直所は集落の活性化を目的に、地域内の

100戸ほどの農家の出資によって作られたもので、この当方で年商1億円ほどの売り上げがあった。

しかしながら、農協が直売所事業に積極的にかかわることは少なかった。それは地域内の農家から一元的に集荷し、中央市場に一元出荷する販売体制をとっていた農協にとって、農家自身が代替可能な販路を持つことが好ましくなかったためである。しかし、農業所得の低迷が続くことで、離農者が増え後継者が減少していけば、農協自体を維持することも困難になることから次第に直売所の運営に関わる農協も増加していった。6次産業化総合調査によれば、2020年現在の直売所件数は23,610件で、その内農協が係わっているものは10,050件（42.6%）となっている。農協による直売所事業が積極的に行われるようになったのは、1998（平成10）年頃からで、その端緒となったのは1997年にJAいわて花巻が設立した農産物直売所「母ちゃんハウスだあすこ」である（社団法人中小企業診断協会和歌山県支部, 2011）。「だあすこ」とは、花巻出身の偉人、宮沢賢治の童謡に出てくる太鼓の音色に由来する。母ちゃんハウスだあすこでは、旬の野菜類はもちろん、「母ちゃん」達の手作りの総菜や菓子類の他、地域の食材を使った食事を楽しめる施設として観光客や地域の人々にも親しまれている。

さらに、この頃になると道の駅や大型ショッピングモールなどに併設される直売所も増加し、それまでの規格外商品の販売から、一級品を低価格で販売する店舗が増加した。こうした直売所事業の成長に対して、

表1 農業関連事業体数および販売金額の推移（2011～2020年）

年	農業生産関連事業計		農産物の加工		農産物直売所		観光農園		農家民宿		農家レストラン	
	総額 (100万円)	事業体数 (件)	総額	事業体数	総額	事業体数	総額	農業 経営体数	総額	農業 経営体数	総額	事業体数
2011	1,635,989	64,940	780,118	29,850	792,734	22,980	37,622	8,810	5,631	1,960	19,884	1,350
2012	1,739,418	66,230	823,730	30,390	844,818	23,560	37,932	8,850	5,731	1,960	27,207	1,480
2013	1,817,468	66,680	840,670	30,590	902,555	23,710	37,766	8,730	5,431	2,090	31,045	1,570
2014	1,867,233	60,400	857,678	26,660	935,630	23,710	36,430	6,690	5,406	1,890	32,089	1,440
2015	1,968,047	60,780	892,291	26,990	997,394	23,590	37,798	6,700	5,539	1,970	35,024	1,530
2016	2,027,512	61,290	914,086	27,640	1,032,367	23,440	39,209	6,670	5,670	2,030	36,180	1,520
2017	2,104,435	62,040	941,262	27,920	1,079,020	23,940	40,159	6,590	5,734	2,040	38,260	1,560
2018	2,104,038	61,970	940,374	27,870	1,078,913	23,870	40,334	6,590	5,991	2,060	38,426	1,580
2019	2,077,254	64,070	946,841	32,400	1,053,366	23,650	35,943	5,290	5,409	1,360	35,696	1,360
2020	2,032,947	64,160	918,659	32,840	1,053,477	23,600	29,320	5,120	3,623	1,270	27,868	1,330

資料：『6次産業化総合調査（各年次）』により作成

既存のスーパーや流通業者の中にはインショップ形式で、直売所を誘致する事業者も増加している（（財）都市農山漁村交流活性化機構，2010）。

2.2 日本における6次産業化の展開

6次産業化総合調査が開始された2011年から2020年現在までの、農業生産関連事業体数と販売金額の推移をみると、事業体の総数は2011年の64,940件を最高に減少傾向となり2014年には60,400件まで減少したが、2015年から増加傾向に転じ、2020年には64,160件まで増加している。販売金額は、2011年の1兆6,359億8千9百万円から増加傾向にあり2017年には2兆1,044億3千5百万円まで増加したが、2018年以降減少に転じ、2020年現在では2兆329億4千7百万円となっている（表1）。

また、この間の事業別の傾向を見ると農産物加工の事業体数は2011年の29,850件から、2014年には26,660件まで減少したが、その後増加傾向に転じ2020年現在では32,840件となっている。販売金額は2011年の7,801億1千8百万円から毎年増加し、2020年現在では、9,186億5千9百万円となっている。農産物加工の分野では、事業体数が前年よりも4,000件ほど減少した際でも、販売金額が増加している。また、その後事業体数と販売金額が増加傾向にあることなどからも農業事業体の所得向上への寄与率が高いことが伺える。

農産物直売場の事業体数は、多少の増減はあるものの2011年の22,980件から2020年は23,600件と約23,000件台で安定している。販売金額は2011年の7,927億3千4百万円から2017年の1兆790億2千万円までは年々増加していたが、2018年以降減少に転じ2020年現在では1兆534億7千7百万円となっている。前述したように農産物の直売所に対する認知度が向上したことで、現在では道の駅や高速道路のサービスエリア、大型スーパーなど日本各地に設けられている、また地域の観光資源の一つにもなっている。約10年間の推移からも、現在の店舗数が今後も維持されるとともに、販売金額は減少傾向にあることから今後は直売所間の競争が進んでいくものと予測される。

観光農園の農業経営体数は2011年の8,810件から

2020年には、5,120件へと約42%減少している。販売金額も2017・2018年に400億円台に達したが、その後減少に転じ2020年度には293億3千万円と2011年度よりも80億円以上減少している。販売金額の減少幅は2020年度が特に大きいことから、新型コロナによる行動制限の影響が大きいものと推察される（後述する農家民宿および農家レストランでも同様の傾向がみられる）。

農家民宿の設立件数は、2011年の1,960件から2018年の2,060件と概ね2,000件程度を維持してきたが、2019年以降減少に転じ2020年度は1,270件と大きく減少している。

販売金額は、2011年の56億3千百万円から2019年度まで50億円台を推移してきたが、2020年には36億2千3百万円と販売金額が大きかった2018年（59億9千百万円）と比較して約40%減となっている。

農家レストランの設立件数は2011年の1,350件から2018年には1,580件に増加し、この間販売金額も198億8千4百万円から384億2千6百万円へと増加したが、2019年以降減少傾向に転じ、2020年の事業体数は1,330件、販売金額も278億6千8百万円に減少している。

次に表2から販売金額の規模別割合から各事業区部の特徴をみると、農産物の加工事業では、1事業体当たりの平均販売金額は2,797万円となっている。しかしながら100万円未満が49.3%、100から500万円以下が27.9%、500から1,000万円以下が8.0%と合わせて86.9%が1,000万円以下であることから、事業体による格差が大きいことが伺える。

農産物直売所の1事業体当たりの平均販売金額は、4,464万円と事業区分の中でも最も高くなっている。直売所事業でも平均額を下回る1,000万円以下の割合が、64.6%となっているが、平均値を上回る5,000万円以上の割合が17.8%と全体の約2割を占めていることから事業体間の格差が小さいことがわかる。

観光農園の1事業体当たりの平均販売金額は573万円となっている。また、100万円未満の割合が43.8%、平均値を下回る500万円以下で合算すると71.1%が該当している。表1に示したように、観光農園事業は2014年以降事業体数が減少しているが、売り上げが少ない

表2 販売金額規模別事業体の割合 (2020年)

区 分	年間販売金額		事業体数	年間販売金額規模別事業体数割合					
	総額	1事業体 当たり		100万円 未満	100～ 500	500～ 1,000	1,000～ 5,000	5,000万 ～1億	1億円 以上
	100万円	万円	事業体	%					
農業生産関連事業計	2,032,947	3,169	64,160	38.2	27.9	12.0	12.7	3.0	6.2
農産物の加工	918,659	2,797	32,840	49.3	29.6	8.0	8.7	1.5	2.9
農産物直売所	1,053,477	4,464	23,600	21.3	26.4	16.9	17.7	5.3	12.5
観光農園	29,320	573	5,120	43.8	27.3	14.6	12.4	1.5	0.4
農家民宿	3,623	286	1,270	67.4	17.9	8.2	5.5	0.9	0.1
農家レストラン	27,868	2,097	1,330	18.3	20.9	16.6	32.8	7.4	4.0

資料：『6次産業化総合調査 (2020年)』により作成

事業体の割合が多いことから、後継者の確保が困難であることから廃業するものが多いものと推測される。

農家民宿の1事業体当たりの平均販売金額は286万円と、事業区分の中でも最も低位である。また、100万円未満の事業体の割合が67.4%と他の事業区分に比して極めて高いものであることから、副業的な取り組みにとどまっているように見受けられる。しかしながら、全体の1%は5,000万円以上販売を行っていることから、工夫次第で成長が期待できる分野へとなる可能性も有している。

農家レストランの1事業体当たりの平均販売金額は2,097万円となっている。農家レストランの販売金額規模で最も割合が高いのは1,000から5,000万円が32.8%となっており、100万円未満の割合も18.3%と他の事業区分と比較してもっとも割合合いが少ない。以上のことから農家レストランは、安定した事業収益を比較的得やすい事業であることが伺える。

次に、図1および図2から都道府県別の農業生産関連事業区分別の分布の特徴について考察する。表1に示したように事業区分ごと販売金額は差が大きいことから、販売金額の多い農産加工と農産物直売所を図1、販売金額が少ない観光農園・農家民宿・農家レストランを図2とした。

図1から販売金額が多い都道府県を上げると北海道、静岡県、福岡県、熊本県、愛媛県、長野県、千葉県、鹿児島県、愛知県、宮崎県の順になっている。上位の道県の特徴としては、畜産物や果物、茶といった工芸作物など、野菜やコメなどに比べて単価の高い農産物の産地であることがわかる。また、関東地方では、上

位10位に入っているのは千葉県のみであるが、全体的に販売金額が多いことがよみとれる。また、多くの都府県では、直売所の販売金額が大半を占めているが、北海道や静岡県、愛媛県、熊本県、宮崎県、鹿児島県などでは、農産加工の販売金額が多くなっているのも特徴である。これらの地域は、乳製品や畜産物、柑橘類や茶の産地であることから加工による高付加価値化の取り組みが進められている。

図2から販売金額が多い都道府県を上げると長野県、北海道、山梨県、愛知県、三重県、群馬県、千葉県、栃木県、兵庫県、静岡県となっている。1位となった長野県は観光農園が山梨県に次いで多く、農家民宿は1位、農家レストランも北海道に次いで2位となっている。また、農家民宿についてみると、長野県の実績は7億5千8百万円と2位の新潟県の2億3千2百万円を大きく上回っている。農家民宿の都道府県平均は約7千5百万円であり、2020年現在で取り組み事例がない県も4県ある。

観光農園の都道府県平均は約6億2千万円であるが、1位の山梨県は25億5百万円、2位の長野県は20億7百万円となっている。次いで、愛知県、北海道、千葉県、群馬県、静岡県、埼玉県、茨城県、栃木県となっており、これらの道県の実績は10億円以上となっている。このことから、観光農園の実績が多い地域は、果樹栽培が盛んであるだけでなく人口が多い首都圏からのアクセス状況が影響していることがわかる。

農家レストランの都道府県平均は約5億6千万円となっている。1位の北海道の実績は19億8千万円で、以下長野県、三重県、愛知県、熊本県、鹿児島県、

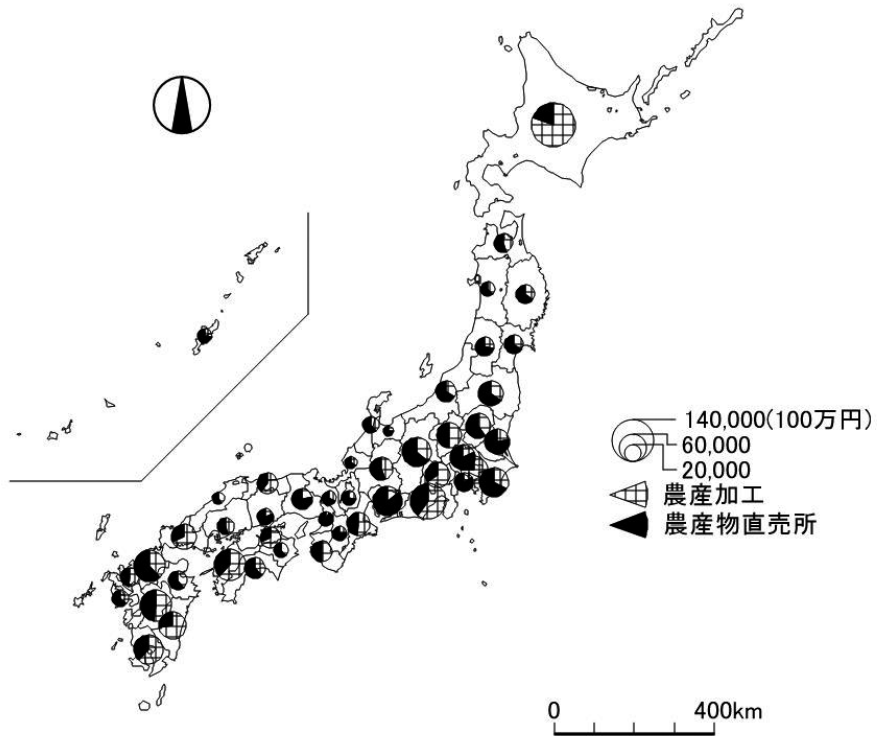


図1 都道府県別 農産物加工および直売所事業体の販売金額 (2020年)
資料：『6次産業化総合調査 (2020)』により作成

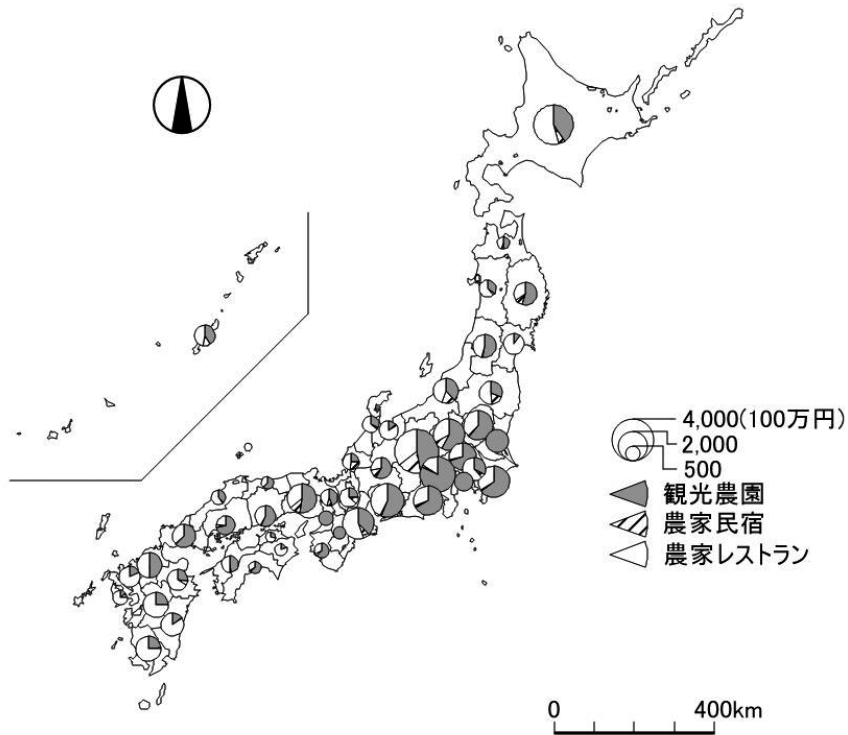


図2 都道府県別 観光農園・農家民宿・農家レストランの販売金額 (2020年)
資料：『6次産業化総合調査 (2020)』により作成

宮崎県が10億円以上の県となっている。これらの県の共通点として、地鶏やブランド牛、ブランド豚など畜産物の特産品を有していることがあげられる。

2.3 農業の6次産業化に関する先行研究

これまで農業経済学や農業地理学の分野では、6次産業化の展開過程や地域的特徴の分析、農産物加工に

よる付加価値の創造や、直売所設立による新たな販路の創出、農家による民宿経営など農業の生産性向上に取り組む地域や事業体を研究対象とした実証研究が行われてきた。6次産業化の効果や地域的特徴に関する研究としては、今村(1997, 2010)、田中(2010)、室谷(2016)、大竹(2016)などがあげられる。農産物加工や直売所事業、農家民宿など実証的な取り組みから、それぞれの事業体の現状や課題を考察した研究としては、高原野菜栽培地域における農家民宿事業が地域農業に与える影響を考察した丸橋(1999)や上江洲他(2003)、直売所が農業地域に及ぼす空間的影響について考察した中嶋(2011)やJAいわて中央管内の直売所事業について考察した大竹(2015)、多摩地区における直売所の類型化や様々な直売所の活用事例を報告している菊地・田林(2016)、直売所の設置による地域農業の持続可能性を検証した西野(2016)など多くの研究がなされているが、こうした6次産業化事業の成立要因や課題には地域的差異があることから、それぞれの地域性を細かく考察することが重要である。

本研究ではこれらの先行研究の成果を踏まえた上で、世界自然遺産白神山地という特異な観光資源を有している地域における農業6次産業化の現状と課題について考察する。

3. 藤里町の概要と営農状況

3.1 藤里町の位置と自然環境

藤里町は秋田県の北端部に位置し、青森県の西目屋村と県境を接している。白神山地は、青森県の南西部から秋田県北西部の県境を跨いで連なる山地で、総面積は13万haに上る。このうち16,971haが世界自然遺産に登録されている(図3)。藤里町の世界遺産登録面積は、4,344haとなっている。藤里町の総面積は、28,213haであることから、町域の約15%が世界遺産登録地域に指定されている。さらに、2020年現在の町域に占める林野率は86.4%(うち国有林が64.8%)と、ブナや秋田杉をはじめとした林野が卓越している。一方、耕地面積の割合は2.1%と少ないが、590ha耕地面積と東京ドームに換算すれば125個分の経営耕地がある(2020年世界農林業センサス)。

藤里町の気候は、日本海岸式気候に属し、冬季の積雪が多いのが特徴である。冬季の最大積雪量は142cm、平均積雪日数は120日の1年の3分の1が雪に覆われた豪雪地域である。積雪が多い1月・2月の平均気温は-0.6℃、夏季の平均気温は7月が21.3℃、8月が23.3℃となっている(図4)。降水量は夏季が最も多くなるが、積雪量が多いため冬季の降水量も多く、毎月の降水量は100mmを超えるなど年間を通して湿潤な気候となっている。こうした豊かな降水量が、ブナや

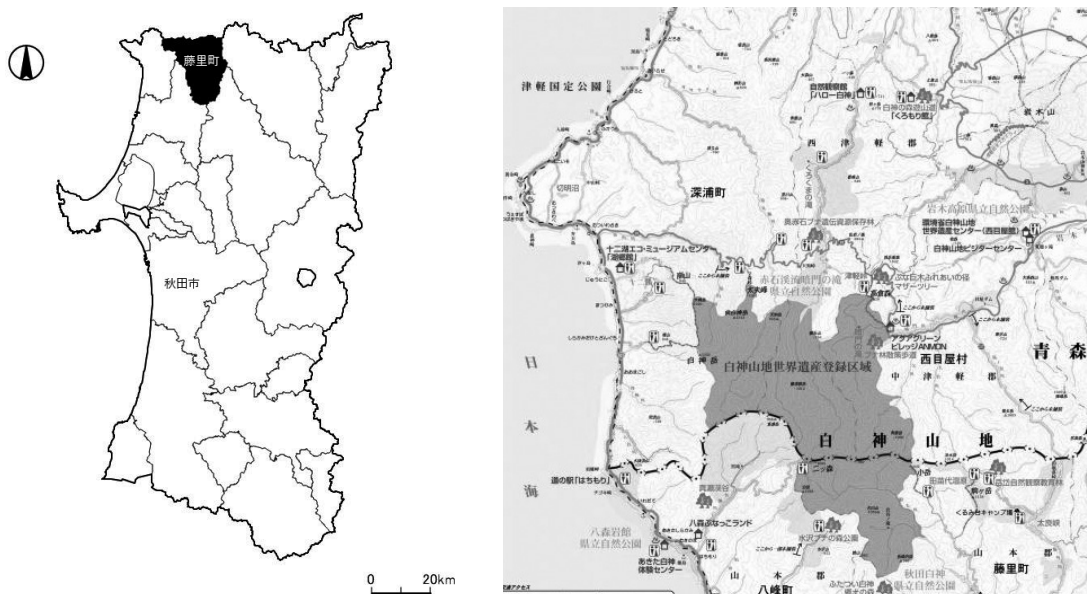


図3 藤里町の位置と世界遺産白神山地の範囲

資料：環境省「世界自然遺産 白神山地マップより引用」

秋田杉などの生育に適した環境要因の一つとなっている他、水田稲作農業や河川流量の安定化にも寄与している。

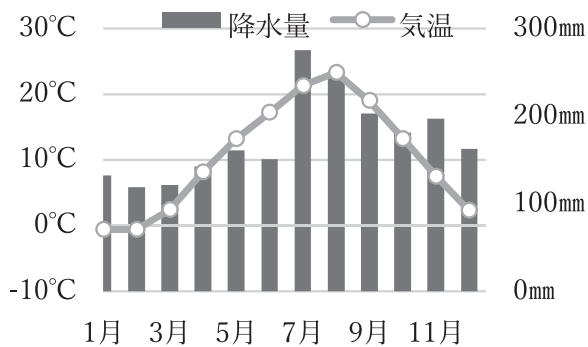


図4 藤里町の降水量と気温（平年値）
資料：気象庁HP公表データにより作成
※気温は藤里町に最も近い観測地点のデータ

3.2 藤里町の人口構成と営農状況

2020年現在の藤里町の人口は2,896人となっている。年齢別人口でみると、15歳未満の若年人口が200人、15歳から64歳までの生産年齢人口が1,283人、65歳以上の老年人口は1,413人となっている。2000年からの推移を示した図5によれば、藤里町の人口は2000年の4,708人から約2千人減少している。この間、老年人口はおよそ1,400人前後で推移しているが、若年人口では61.8%減、生産年齢人口では52.7%減とこの20年間で半数以下に減少している。

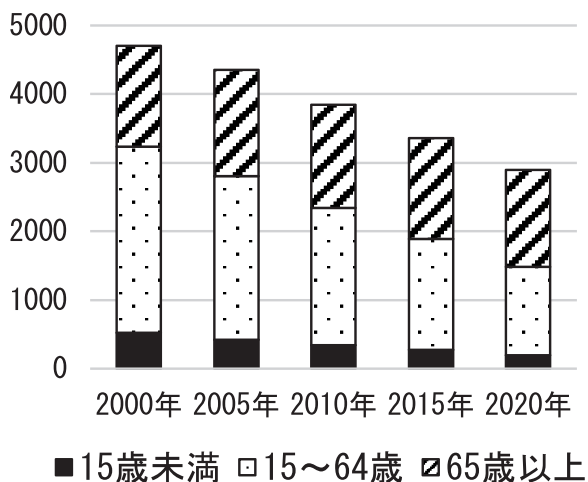


図5 藤里町の年齢別人口の推移（2000～2020年）
資料：国勢調査（各年次）により作成

藤里町の産業別人口割合を秋田県全体と比較すると、第1次産業で4.7%、第2次産業では1.4%ほど就業率が高く、第3次産業では、6.1%低くなっている（表3）。このことから、藤里町は秋田県の中でも第1次産業特に農林業に従事する者の割合が高いという特徴を有している。実際の産業別就業人数を示した図6によれば、農業に従事しているものの人数は142人と、医療・福祉業（255人）、製造業（207人）に次いで3番目に多い職種となっている（林業は39人、漁業は2人）。しかしながら、農林業センサスによれば、2020年時点の農業就業者で50歳未満の就業者数は11名（7.8%）、30歳未満はゼロとなっており後継者の確保が重要な課題となっている。

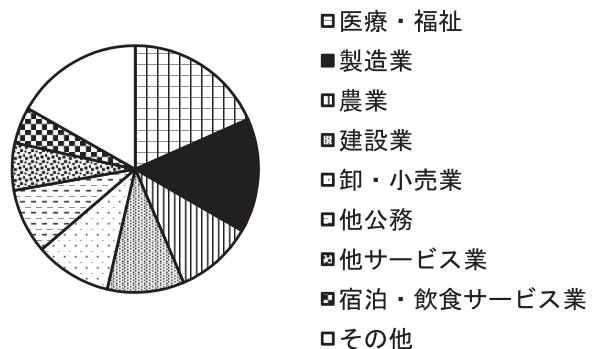


図6 産業別就業割合（藤里町，2020）
資料：国勢調査（2020）により作成

次に表3から耕地面積のうち568ha（96.2%）は水田として利用されており、総農業産出額6億7千万円のうちコメは5億1千万円（76%）を占めており、中心的な位置を占めている。畑作の中心はネギや花き（リンドウ）で栽培面積は水田に比して少ないが、重要な換金作物となっている。また、近年、特産品化を進めているワイン用のブドウ栽培や肉牛肥育などが行われている。

さらに、センサスデータには掲載されていないが、白神山地からもたらされるブナを始めとした広葉樹のチップを利用したマイタケ栽培や綿羊（サフォーク種）の飼育・販売事業も行われている。

表3 藤里町の営農状況

	田	畑	樹園地	牧草地	花き	肉用牛	乳牛
耕地面積および飼養頭数 (ha・頭)	568	19	2	1	×	193	×
経営体数 (件)	104	81	2	3	7	9	2
農業産出額 (1,000万円)	51	6	1	×	2	6	1

資料：農林業センサス(2020)及び市町村別農業産出額推計(2020)により作成

※ ×は秘密保持の観点から非公開、畑の経営体数は作物ごとの延べ件数、花きの農業産出額は聞き取り調査による

4. 藤里町における6次産業化の取り組み

2022年現在、藤里町内では2か所の直売所と6軒の農家による農家民宿事業が行われている。藤里町で行われている直売所事業や農家民宿事業は、藤里町からの管理業務委託という形で運営されている。1つ目の直売所「白神街道ふじさと」は地元の生産者が集まって組織している「産直あさひ会」が、2つ目の「白神山地 森のえき」は藤里町商工会が、粕毛地区で行われている農家民宿事業は「NPO法人ふじさと元気塾」がそれぞれ管理業務委託者となっている。本章では聞き取り調査の結果をもとに、藤里町における6次産業化事業の現状と課題について考察する。

4.1 直売所事業

4.1.1 白神街道ふじさと

前述したように「白神街道ふじさと」は2001年から藤里町の所有する直売施設の運営と管理業務を委託する形で「産直あさひ会」が運営している。白神街道ふじさとの魅力は約50種類に及ぶ旬の野菜に加え、白神山地で採れる天然の山菜やタケノコ（ネマガリダケ）など、山地ならではの食材が並ぶ点である。コロナ禍以前のタケノコシーズンに行われた「タケノコ汁」無料配布の際には、用意した100食分のタケノコ汁が数時間で完売するなど、藤里町の内外からの多くの買い物客で賑わっていたが、コロナ禍の影響を受け近年では、来場者の減少が続いている。聞き取り調査によれば、最盛期の年間来場者数は、5万人ほどであったが、2020年は3万5千人、2021年は2万4千人と減少している。

現在の会員数は本会員が10名、準会員が11名となっている。本会員は入会金が3万円、年会費が2万円の他、店舗の販売員や清掃作業を当番で行うことになっている（有償）。一方、準会員は入会金1万円のみで、

年会費も作業当番も免除されているが、農産物を出荷する際に生じる販売手数料は20%と本会員の12%よりも高く設定されている。

産直あさひ会の会員数は、設立当初35名で年間の売上金額は5千万円ほどであったが、コロナ禍や高齢化による会員数の減少などの影響により現在は3千万円ほどに減少している。また、白神街道ふじさとの名物でリピーターが多かった漬物販売が、食品衛生法の改正により2021年6月1日から認可制に移行し、これまでのような自宅ではなく、専用の加工場を設置することが義務付けられることとなった。新たな加工場の建設には、約千3百万円程必要になるという。2021年5月31日以前に漬物を製造し販売していた事業者には3年の経過措置期間が設けられているが、高齢化による会員数の減少が進む現状から専用の加工施設建設が藤里町に認められるか課題となっている。

4.1.2 白神山地 森のえき

藤里町商工会観光振興課が運営する「白神山地 森のえき（以下、森のえき）」は、2012年に藤里町によって設立された。設立の目的は、世界自然遺産白神山地を有している自治体でありながら、白神山地周辺の宿泊場所や観光施設を案内する場所がなかったことから観光客の要望に応えるために建設された。森のえきの中には農産物の直売所だけでなくレストランや藤里町の物産品を購入できるスペースも設けられている。現在、森のえきに農産物を出荷している農家は14軒で、手数料は商工会の会員が10%、農家は15%となっている。商工会の会員は、それぞれの事業規模に応じて会費を支払うことになっている。

森のえきの売り上げは、これまで1千万円に届かなかったが、コロナ禍にキャンプ場を開設した所、予想を上回る利用者が来場したことで、1千6百万円に達

した。今後、キャンプサイトをさらに拡張する予定である。聞き取り調査によれば、コロナ禍で実施された県内旅行割引制度を利用して来場した利用者が多く、既存のキャンプ場よりも密を避けられたことがSNS等で広まったことが収益増加につながったとの事であった。これまでの観光案内所的位置づけから、森のえきの中で販売されていた農産物は、乾燥した山菜や豆類など日持ちのするものが多かったが、今後、キャンプ場の来場者が増えれば、薪や炭の販売と一緒に特産品のラム肉と野菜をセットにしたバーベキュー用食材の販売につながるのではないかと期待されている。

4.2 粕毛地区における農家民宿事業

藤里町ではNPOふじさと元気塾が窓口となって、6軒の農家による農家民宿事業が2017年から行われている。ふじさと元気塾は地域が抱える様々な課題を解決するとともに地域の活性化を目的に2010年10月1日に設立された。これまでふじさと元気塾では、地域の観光資源である棚田の景観保全やホテル生育環境の保全、地域内の木工事業者や農家と連携した特産品開発と、白神山地から湧き出る天然水を利用したサクラマスやイワナの養殖事業を行ってきた。さらに、トヨタ財団の地域社会プログラムや秋田県の高齢者等要援護者支え合い体制検証事業や空き家バンクづくり調査事業の受託を行う他、神奈川県藤沢市鵠沼海岸商店街振興組合と災害時協力協定を締結するとともに相互交流事業を継続して行っている。

ふじさと元気塾が、農家民宿事業を始めるようになったのは、2016年4月に東北電力が主催する奇しくも同名の「まちづくり元気塾」事業に採択されたことによる。それまで、冬季の雪下ろし作業のボランティアを行っていた秋田大学のサークル「ARC（アーク）」の学生と一緒に地域資源調査を行い、地域の宝となる「人財」の発掘を行った。その結果、得られた地域の人々の特技や得意料理を活かす方法として農家民泊が提案された。

さらに、すでに農家民泊事業に取り組んでいる岩手県の遠野市での視察調査などを実施し、2017年から6軒の農家民宿事業を開始した。

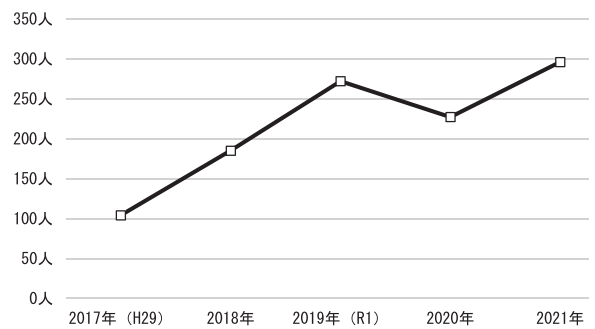


図7 粕毛地区における農家民宿利用者数の推移 (2017～2021年)

資料：聞き取り調査により作成

聞き取り調査によると、初年度の宿泊者数は延べ人数で104人、2018年は185人、2019年は272人と順調に増加していった(図7)。コロナ禍による行動制限が強化された2020年こそ227人と宿泊者数が初めて前年を下回ったが2021年には、296人と過去最高を記録した2022年度9月の時点でも前年度を上回る見込みとなっている。現在ではそれぞれ、リピーターも獲得し、中には自分の実家のように訪ねてくる若者もいるという。農家民宿の申込窓口をしているふじさと元気塾では、民泊経営者の負担が適度に分散するように、年間の宿泊者数の調整も行っている。現在では1軒当たり年間50人弱の宿泊者を受け入れている。

一人当たりの宿泊料金は、1泊2食付きで7千円であることから、1軒当たり30～50万円ほどの粗収益となっている。農家民宿事業を始めるにあたっては、客室の確保やトイレの増設などの初期費用の発生が課題となるが藤里町ではこれらの費用の75% (上限150万円) を補填する支援制度が設けられているので、始めるための実質的負担は50万円程度となっている。図7に示したように粕毛地区における農家民宿の需要は向上しているが、農家民宿を営む農家の担い手は、高齢者が多いため今後どのようにして農家民宿を増やしていくかが課題となっている。

5. おわりに

農業者の高齢化や担い手不足が進展している日本において、食料の安定供給や自然環境や自然資源の有効利用を実現するためにも農業・農村地域の持続可能性を高めることが重要である。農業の6次産業化の推進は、農業

従事者の高齢化や担い手不足問題の根幹をなしている農業所得の向上を実現するためにも重要である。

しかしながら、藤里町での実態調査からも明らかのように、少子高齢化が進む農村地域では、若年世代の絶対数も少なく、投資した資金や施設が引き続き利用されるのかといった懸念から新たな設備投資や起業行動が断念される傾向にある。

こうした問題に対応するためには、前述したように農業が我々の社会をささえる社会的共通資本の一つであることを認識し、行政や消費者である我々が支援する仕組みを整えることが重要である。

また、本論では新型コロナの影響から個別農家への聞き取り調査を実施することができなかったが、地域が抱える課題をより正確に認識し、対応策を模索するためにも聞き取り調査が重要であることから、今後の課題としたい。

注

1) 社会的共通資本とは、一つの国ないし特定の地域が、ゆたかな経済生活を営み、すぐれた文化を展開し、人間的に魅力ある社会を持続的、安定的に維持することを可能にするような自然環境、社会的装置を意味する。たとえば、大気・土壌・水森・河川・海洋などの自然資本や、道路・上下水道・公共交通機関・電力・通信施設などの社会的インフラストラクチャー、さらに教育、医療、金融、財政制度といった制度資本などである。

参考文献

(一社) 北海道地域農業研究所 (2021) 「六次産業化・農工商連携の展開と農畜産物・食料市場のニューウェーブに関する研究報告書」。

石井雄二 (1984) 「菅平農業における土地利用の地域的变化」農村研究58, 75-88頁。

今村奈良臣 (1997) 「農業の第6次産業化のすすめ」簡保資金振興センター『かんぽ資金』234, 10-15頁。

今村奈良臣 (2010) 「農業の6次産業化の理論と実践」全国農業改良普及協会『技術と普及』47(9), 19-22頁。

犬井正 (2003) 「日本農業の変貌」財団法人日本統計

協会『20世紀の奇跡－統計でみた動乱の日本－第2巻 産業経済の成長』39-48頁。

宇沢弘文 (2015) 『宇沢弘文の経済学－社会共通資本の論理』日本経済出版社。

大竹伸郎 (2015) 「JA いわて中央による農業の公益的価値の創設に向けた大規模地域営農のとりくみ」地理空間8(2), 267-287。

大竹伸郎 (2016) 「日本における農業の6次産業化の展開と地域的特徴」環境共生研究9, 95-104。

上江洲朝彦他 (2003) 「長野県菅平高原における高冷地野菜栽培の特色」地域調査報告25, 1-18頁。

菊地俊夫・田林明 (2016) 「東京都多摩地域における農村空間の商品化にともなう都市農業の維持・発展メカニズム－立川市砂川地区を事例にして－」E-journal GEO Vol.11 (2) 460-475頁。

(財) 都市農山漁村交流活性化機構 (2010) 『農産物直売所経営改善マニュアル』。

(社) 中小企業診断協会 和歌山県支部 (2011) 『農産物直売所の現状及び課題と成長戦略の提言』報告書。

田中満 (2009) 『まだまだ伸びる農産物直売所－地域とともに歩む直売所経営』農山漁村文化協会, 168頁。

中嶋晋作他 (2011) 「農産物直売所の地域農業への影響評価－空間的地理情報を活用した差の差推定と空間計量経済学の適用－」農業情報研究20(3), 131-138頁。

新妻健一 (2010) 「農山漁村の活性化に向けて～農林漁協者等による農林漁業の六次産業化の促進に関する法律案～」参議院事務局『立法と調査』304, 28-35頁。

西野寿章 (2016) 「農産物直売所の展開による地域農業の持続可能性－群馬県高崎市吉井地区を事例として－」E-journal GEO Vol.11 (2) 448-459頁。

丸橋千尋 (1999) 「レタス産地における農業と観光の共存と競合－長野県小県郡真田町菅平高原を事例として－」農村計画論文集, 193-198頁。

室谷有宏 (2016) 「農協と6次産業化－歴史と展望－」農林中金研究所『農林金融』840, 68-82頁。

Current Situation and Problems of Sixth Sector Industrialization of Agriculture in Fujisato Town, Akita Prefecture

OTAKE, Nobuo

This study examines the current situation and problems of diversified agricultural management, which has been attracting attention in Japan in recent years. In Japan, full-scale efforts have been made since around 2010 due to government legislation.

However, most of the initiatives are agricultural product processing and direct sales of agricultural products, and there are few examples of initiatives such as farm inns and farm restaurants. This paper will clarify the factors by conducting a regional survey.

