

現場から見た6次産業化制度の課題

一般社団法人 長野県農協地域開発機構 主任研究員 西井賢悟

1 サポートセンター機能の概要

2011年3月、いわゆる6次産業化法が施行された。この法律では、生産・加工・販売について一体的な取り組みを行う農林漁業者の事業計画を「総合化事業計画」として国が認定し、その上で認定者に対してハード・ソフト両面での補助金等の支援措置を講ずることとした。また、こうした制度の推進を図るために、各県に専門支援機関として「6次産業化サポートセンター」を設置することとした。

長野県では、2011年7月より長野県農協地域開発機構がこのサポートセンターを務め、2013年11月にその機能を県に移管して役目を終えた。当機構が開設したサポートセンターでは、筆者も含む研究員3名で事務局を構成し、さらに流通・マーケティング・食品加工などに精通した外部の専門家5名程度をプランナーとして常時派遣できる体制を敷いた。また、国の窓口である関東農政局長野・松本地域センターと緊密に連携し、両地域センターと一体となって長野県における6次産業化の活性化を目指した。

2年4カ月にわたってサポートセンターの任に当たる間、ほぼ連日農林漁業者からの問い合わせがあり、そのうち実際に面談して相談対応を行ったのは概ね200事業者、延べ相談回数は900回を超えた。当サポートセンターでは、事業者からの相談があるとまず事務局が面談して経営の現状や今後の事業展開の意向を把握し、より専門的な支援が必要な場合にプランナーを派遣した。事務局とプランナー

による相談は「総合化事業計画」を申請すれば終わりではなく、認定後も計画の着実な実践に向けて随時対応することに努めた。

2 現行制度の意義と課題

さて、2013年11月末現在、長野県では北海道・兵庫県に次いで多い71の事業者が「総合化事業計画」の認定を受けており、当該制度の現場への浸透が進んでいる。ただし、認定に至っていない事業者が多数に及んでいることも事実であり、その理由としては以下の点があげられる。第一に、事業計画づくりにかかるノウハウ不足、第二に、ハード事業の要件が厳しいこと、第三に、認定する事業の対象を「新商品」に限定していることである。

まず、第一の点であるが、「総合化事業計画」には今後3～5年間を見据えた「新商品」の開発と販路の開拓計画、それらを実施する際の連携先等を明記する必要がある。審査に耐え得る計画とするにはさまざまな情報収集や分析、連携先との調整が不可欠であり、その結果、内容を詰め切れずに申請を断念するケースに何度も遭遇してきた。「総合化事業計画」は事業者にとって決して容易なものではない。しかし、自らの経営を深く考えるよい機会になっていることは間違いなく、現行制度の最大の意義はここに見出すことができる。

次に、第二の点であるが、事業者の相談の中には「加工設備の補助金が欲しいので認定をとりたい」といったものが多数あった。ところが、ハード事業には直近の経営状況や仕

入原料に対する制限など、「総合化事業計画」よりも厳しい要件が課せられる。サポートセンターでは、ハード事業が難しい場合、代替案として例えば委託製造による事業化を提案するのだが、「補助金ありき」の事業者を翻意できないケースは少なくなかった。

一方、第三の点についてであるが、認定対象を「新商品」に限定することは二つの観点から問題を含んでいる。ひとつには、事業者がすでに販売している商品を支援の対象にできないことであり、例えば「既存の加工品の販路を増やして売上を伸ばしたい」と考える事業者に対して、現行制度は支援ができないのである。もうひとつには、「新商品」の対象を農産加工品等に限定し、農家民宿等のサービス業としての取り組みを支援できないことである。事業者から見れば6次産業化はあくまで自らの経営を発展させる手段であり、「新商品」にこだわる理由はない。制度のあり方について見直しが必要といえよう。

3 農村ビジネス政策としての再設計

そもそも6次産業化は、農林漁業者にとって経営の多角化を意味するものである。多角化が成功する経済的根拠は一般的に「範囲の経済」にあると考えられ、それは複数の事業を同時に営むことにより、それぞれの事業を独立して行っているよりコストが割安になる現象を指す。支援の対象を「新商品」に限定することは、事業者がこの「範囲の経済」の恩恵に浴することを難しくさせているのではないか。

例えば、現行制度ではハード事業で導入した施設で製造できるのは「総合化事業計画」に掲げた「新商品」だけであり、既存商品は

この施設で製造できない。また、ソフト事業を活用して商談会用のチラシを作成する際に、そこには「総合化事業計画」に掲げた「新商品」しか掲載できず、既存商品については別途チラシを作らなければならない。このように現行制度ではさまざまな場面で「新商品」だけを切り分けすることが求められる。このことは事業者が柔軟な経営行動を図る上での足枷となり、競争力発揮の制約要因になっていると考えられる。

また、「新商品」の対象を農産加工品等に限定していることであるが、確かに6次産業化は1×2×3であり、1次産業を含まないサービス業を支援の対象にすることはそもそも趣旨に合致しないのかもしれない。しかし、過疎化・高齢化が進む農村においていま切実に求められているのは、地域の中での定住を可能にする所得機会を創り出すことであり、こうした方向性を追求する際に十分な対応ができない支援策ならば、逼迫した現場においては大きな意味を持たない。

現行制度のデザインに当たっては、多分に地域農業あるいは農地の保全等が意識されていると考えられる。このこと自体を否定するつもりは決してないが、地域農業や農地を守るためにも最優先で考えるべきは地域の中に所得機会をつくることであり、そのために地域資源をフル活用したビジネスづくりを進めることなのではなからうか。6次産業化制度はこうした点を大局に据えた制度デザイン、すなわち農村ビジネス政策としての再設計が期待される。そしてこの観点からの見直しは、必ずや当制度に対する農林漁業者の求心力を高めることとなるだろう。

(にしい けんご)