

6次産業化から農山漁村発イノベーションへ

国は、農林漁業者自らが生産した農林水産物を用いて新商品・新たな販路を開拓することで、付加価値を高め、自身の所得向上を図るための6次産業化の推進に取り組んできた。2022年度からは、6次産業化をさらに発展させ、農林水産物以外の地域資源を活用し、農林漁業者だけでなく、域内の事業者も含めた様々な主体によって、新事業や付加価値を創出する「農山漁村発イノベーション」を支援している。このイノベーションの推進については、食料・農業・農村基本計画をはじめとした国の方針等に位置付けられている。

6次産業化は、農林漁業者による農林水産物の加工・販売が中心であった。農山漁村発イノベーションは、農山漁村のあらゆる地域資源を活用し、多様な事業主体が、様々な事業分野で連携する取り組みである。農林水産省が本年6月に公表した「農山漁村発イノベーション事例集」（全国50事例）をみると、地域資源は、農林水産物だけでなく、景観、廃校、文化・歴史、竹林、生産圃場、棚田、古民家、森林資源等と様々である。また実施主体は、農林漁業者、行政、協同組合、商工業者、観光事業者、社会福祉法人、NPO法人、教育機関（大学・高校）等で、事業分野も加工・販売、観光、旅行、福祉、教育、健康・医療等と多岐にわたり、従来の6次産業化よりも、広がりを持った事例が掲載されている。

6次産業化の市場規模を農林水産省の「6次産業化総合調査」でみると、調査が対象とする農業と漁業の生産関連事業（直売所、加工、民宿、レストラン、観光農園）の2021年度の市場規模は、農業が2兆666億円、漁業が2,178億円であった。内訳は、直売所、加工の合計が農業、漁業ともに9割を超えている。この調査では、各事業の運営主体別（農業・漁業経営体、農協、漁協等）の集計結果も公表されている。農業について、農産物直売所の年間販売金額のうち農協によるものが直売所全体の36.3%を占め、同様に加工は30.8%であった。漁業については、漁協等による水産物直売所が全体の61.8%、加工が53.6%を占め、協同組合のプレゼンスが高いことがうかがえる。ただし、市場規模を時系列でみると、農業、漁業における直売所、加工の販売金額は、ここ数年、ほぼ横ばいで推移しており、伸び悩んでいる。農山漁村で6次産業化からイノベーションへと取り組みを進展させるには、経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）が充分でないなかで、ハードルが高く、さらなる工夫が必要となろう。

本号の亀岡論文は、漁協による事業多角化について、現実には広がりが見られず、停滞感乗り越える必要があると前置きしたうえで、取り組みの意義と課題を整理している。尾中論文は、漁協による観光関連事業を取り上げ、事業実現にあたって、組合の経営層の意識と行動の影響が大きいことを、事例調査に基づき、具体的に指摘している。漁協はイノベーション推進において相応の役割を担うことが期待されるが、亀岡論文が指摘するように、事業多角化は漁協と漁業を中心とした地域活性化を幅広い形で実現することであり、漁協が多様な主体と一層の連携強化が極めて重要と考える。

（（株）農林中金総合研究所 リサーチ&ソリューション第2部長

長谷川晃生・はせがわ こうせい)