

共同研究調査概要報告（2014年度）Ⅲ

「グローバルゼーションの中での地域復興」
調査報告『グローバルゼーションの中での地域復興』グループ
研究代表者 伊藤 大一

- I はじめに
- II 北海道調査（2014年9月10日～12日実施）
調査先：夕張石炭博物館，ヤマチュウ，帯広市役所商工観光部，
吉田農場，夕張ツムラ
- III 三重県調査（2015年3月8日～10日実施）
調査先：高校生レストラン まごの店，元丈の里 営農組合加工部，
マメや きたがわ，もくもくファーム
- IV まとめ

I はじめに

グローバルゼーションの進展により，企業の海外展開が進み，地域経済の疲弊が指摘され続けてきた。さらに，リーマンショック後の円高と東日本大震災によって日本企業の海外展開はより一層の進展を遂げた。たとえば，トヨタグループはブラジルに新工場を建設し，高岡工場，田原工場，富士工場などで生産縮小を発表し，パナソニックなどの家電業界もTVパネルの生産を上海工場に移籍させた。もちろん現在，安倍政権による円安誘導によって，1ドル=125円水準となっているが，日本国内に産業が回帰するかは未だ不明である。

さらに，東日本大震災の被災地は，津波による水産加工業の被災，工場閉鎖，さらに福島第一原子力発電所の事故による放射能の放出やその風評被害に直面している。このように製造業の国内での生産縮小や東日本大震災による被害は，工場立地地域や被災地の経済状態を悪化させ失業問題などを招来させてきた（玄田 [2015]）。

昨年度までのプロジェクトであった「グローバリゼーションと地域」でも旧産炭地域に調査に赴き、疲弊する地域経済の実態を明らかにしてきたが、その中で注目すべき新たな動向も発見できた（坂本 [2014a], 坂本 [2014b], 佐藤 [2014]）。

たとえば、北海道の美唄では商工会議所やJAなどが提携して雪を活用した保冷庫の運営やデータセンター誘致の構想、釧路では充足していない工業団地を活用したメガソーラーへの転用などである。このような新たな動向は、旧来型の第三セクターによる大型公共事業でない新たな地域復興の試みである。さらに実施主体として地元企業やNPOや地方の観光協会などが中心を担っている点に特徴を持っている。

今回の「グローバリゼーションの中での地域復興」は、①疲弊する地域の実態解明、②大型公共事業や大規模工場の誘致などによらない新たな地域復興のオルタナティブの萌芽の発見、この2点を課題として、共同研究を進めた。

Ⅱ 北海道調査（2014年9月10日～12日実施）

調査先：夕張石炭博物館、ヤマチュウ、帯広市役所商工観光部、吉田農場、
夕張ツムラ

今回の調査目的は、地域復興の新たなオルタナティブの萌芽をどこに見いだすのかを明らかにすることであった。そのオルタナティブの萌芽を「6次産業化」というキーワードから見てみよう。

6次産業化とは、1次産業が第2次、第3次産業にまで進出し、付加価値を高める事である。その中で地域を担う企業家のたくましさ、力強さ、そして人材育成に関する課題など多くのことを学ぶことができた（奥田・三好 [2015], 室屋 [2014]）。

歴史をさかのぼれば、炭鉱の厳しい労働条件を経る中で発達した労働者の相互互助組織である「友子」制度の北海道までの拡大など、歴史的な労働組合発展の萌芽まで学ぶことができて非常に実り多い共同研究となった。

夕張石炭博物館

北海道調査は最初の調査先として、夕張石炭博物館へと赴いた。夕張は「破産した自治体」として現在有名である。まさに疲弊する地方の象徴となっている。しかし、かつては北海道最大の炭鉱として栄えた街でもあった。この夕張石炭博物館は、森

林から石炭になるまでの約5000万年の歴史を展示する部分と、炭都夕張の繁栄の歴史、その当時の夕張市街の様子や人びとの生活、「友子」と呼ばれた炭鉱夫達の互助組織などが展示されていた。

さらに、この博物館は実際に訓練などで使用された180メートルにもおよぶ模擬坑道を使用した展示スペースをもっている。この展示スペースは、明治期から昭和期に至る石炭労働の様子を実際に使用した器具を用いて展示している。非常にリアリティにあふれ、これまで大牟田の石炭産業科学館など大きな博物館をみてきたが、それにもまったく劣らない非常に素晴らしい展示であった。

夕張炭鉱の歴史を簡単に見てみると、1888（明治21）年に夕張で炭鉱が発見され、1890（明治23）年に採炭が始まった。1892（明治25）年に石炭輸送のために夕張線が整備された。1935（昭和10）年には北海道最大規模の炭鉱に成長し、日本でも有数の炭鉱となった。人口も6万人をこえて、まさに炭都夕張と呼ぶにふさわしい町に成長した。

戦後も、傾斜生産方式のもと、日本の復興需要のために生産量の拡充が続いた。人口も1960（昭和35）年に12万人近くまで拡充した。その人びとの娯楽として、17の映画館も作られ、現在の夕張映画祭の基礎となっている。

しかし、石炭から石油へのエネルギー革命の進展により、急速に北炭夕張炭鉱は衰退し、1990（平成元）年にすべての炭鉱は閉山することになった。その後も夕張からの人口減少は続き、2007（平成19）年より財政再建団体へと転落することになった。

ヤマチュウ

いよいよ今回調査の農業・畜産業の「6次産業化」をテーマとする調査対象であるヤマチュウを訪問した。これまで農業や酪農業は第1次産業であり、各地方・産地は農作物を出荷して仕事を終えていた。しかし、第1次産業は販売価格も、加工業者、流通業者のコントロール下にあり、低く抑えられていた。この反省から、第1次産業業者が、第2次産業である製造、そして第3次産業である販売にまで進出して、川上から川下まですべてに影響力を発揮しようとしている。これが、第1次から3次まで足して、合わせて「6次産業化」と呼ばれている。

調査先であるヤマチュウは1960（昭和35）年に、豆類・小麦類の集荷精選および

卸売り販売のために設立された。1998（平成10）年に農業生産法人をグループ会社として立ち上げ農業の契約栽培に参入する。さらに2011（平成23）年に製粉工場を立ち上げ、第2次産業である食品加工業に参入した。

ヤマチュウの食品加工業進出の意義を明らかにするためには、従来の小麦の生産から加工、流通に至る流れを説明しなければならない。図1によると従来の国内産小麦流通はJAなどの小麦集荷業者が小麦を集め、入札を行い、各製粉会社の工場で製粉され出荷されている。小麦生産者は自分の小麦をどこの工場で製粉され、どのような消費者に届いたのかまったく分からない状況であった。そのため、小麦生

小麦粉が食卓に届くまで

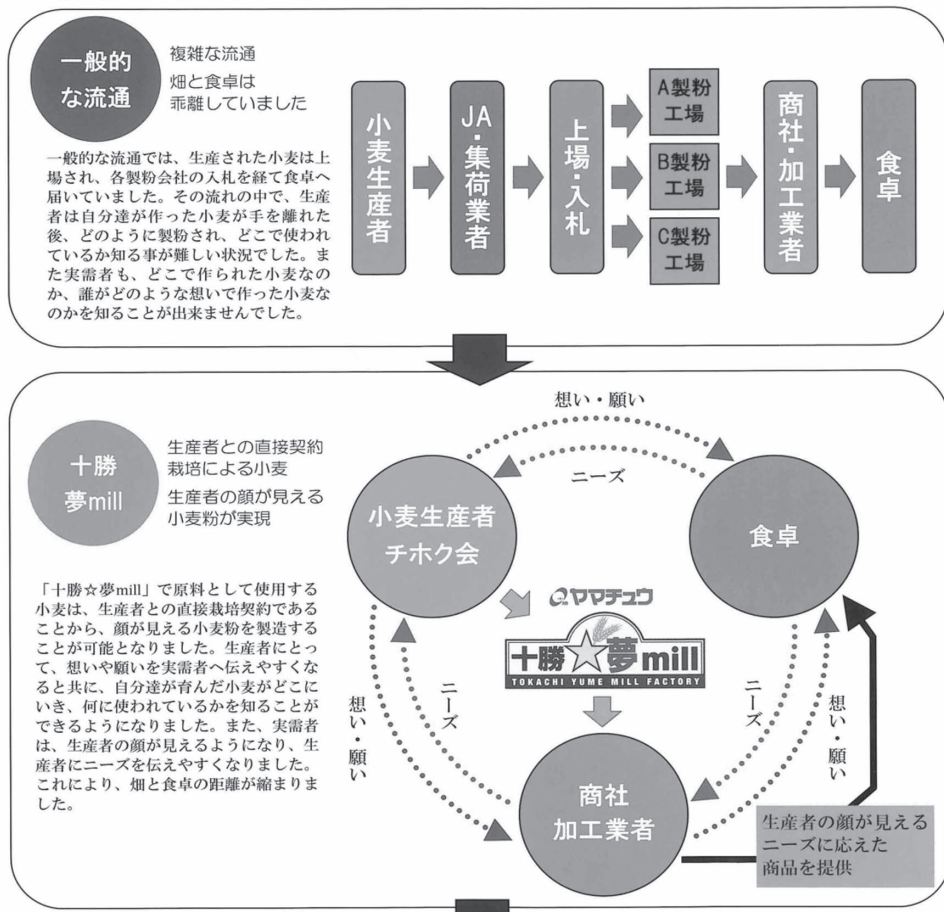


図1 これまでの小麦粉流通とヤマチュウの改革

出所：ヤマチュウ会社説明資料より（非刊行資料）。

産者は、「消費者に喜ばれる小麦生産」でなく「作りやすく収穫量の多い」小麦を作る傾向を強くもっていた。さらに、小麦価格決定においては大手製粉企業である入札業者の意向が非常に強く反映されていた。

このような状況を脱却するために、ヤマチュウが製粉工場を建設し、食品加工業に進出することで、自社の契約栽培農家の小麦を製粉し、帯広、十勝地方のパン屋さんやパスタ加工業者に直接小麦粉として卸すことが可能となった。このために、小麦生産者は「消費者に喜ばれる小麦生産」に力を入れるようになると同時に、大手製粉企業の価格決定権のおよばない独自の「小麦粉」生産を可能にした。

もちろん、このヤマチュウの製粉業進出は、「業界秩序を乱す行為」として業界団体から大きな反発も招くことになったが、北海道十勝で作られた小麦で十勝のパンやパスタなどこれまでに無い地域ブランドの可能性をも切り開いた。そのため、地元の農家ばかりか大手製粉業の一部からの支援も取り付けるなど非常に注目すべき動きを示している。

帯広市役所商工観光部

帯広市を中心都市とする十勝地方は、19市町村からなり人口35万人の地方である。この十勝地方は、概要を図2にまとめておいたが、小麦、ジャガイモ、小豆、大豆など日本の食料生産の中心をなしている。十勝地方は、学生にも広く読まれ、映画にもなった『銀の匙（シルバースプーン）』の舞台である。

そんな十勝地方の悩みは、広大な農地に高い農業生産性を誇るが、加工されずにそのまま出荷されていることである。そこで、「6次産業化」の構想が、行政、中小企業の経営者たちによって進められることになった。

その具体的な動きは、2007（平成19）年に「帯広市中小企業振興基本条例」の制定として現実化する。この基本条例制定の中で「帯広市産業振興ビジョン」が作られていった。このビジョンは次の5点を中心課題としている。①中小企業の経営基盤の強化、②産業人・担い手の育成、③ものづくり産業の振興、④産業基盤の強化、⑤集客・交流産業の復興である。

このビジョン作成作業のなかで、十勝地方の抱える課題も浮かび上がってきた。まず第1に、人材・後継者育成の問題である。第1表に示したが、十勝の企業3087社を対象にしたアンケート調査（867社から回答があり、回収率は28.1%であった）

では、人材確保について、人手不足が大きな問題となっている。「今後優先して取り組みたいこと」の項目で「従業員の確保・育成」が最も多くの企業から回答されている。

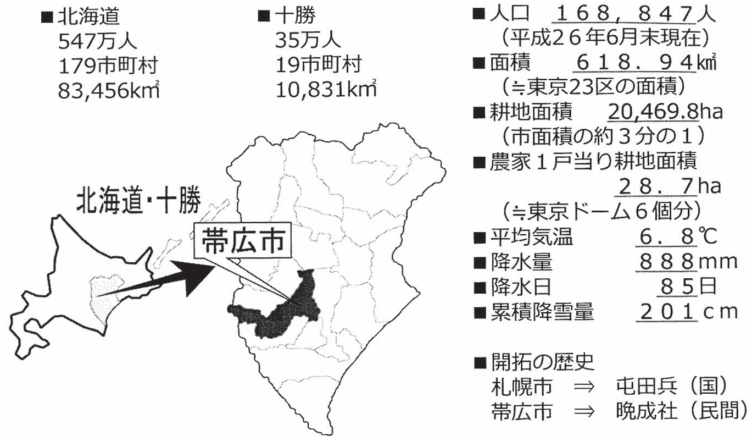
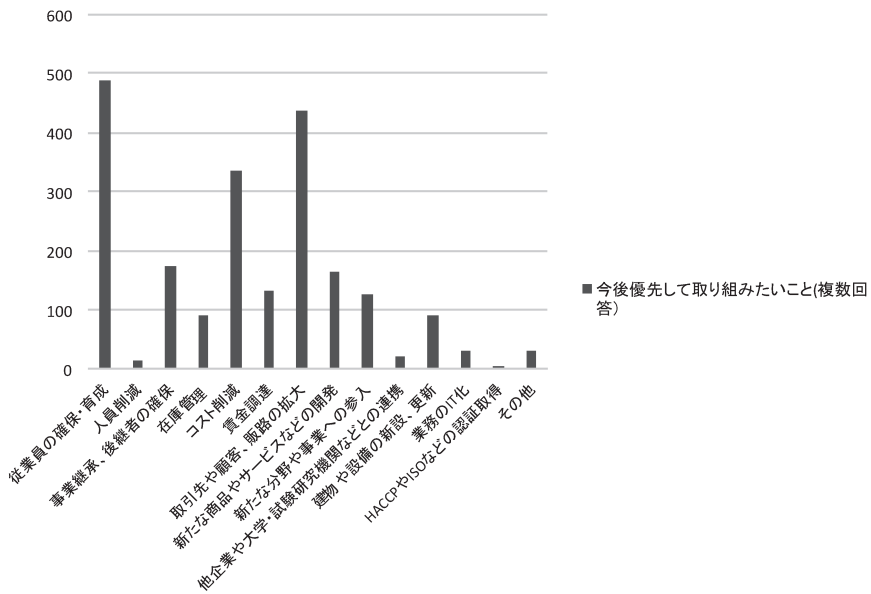


図2 十勝・帯広市の概要

出所：帯広市商工観光部 [2014] 『帯広市中小企業振興基本条例帯広市産業振興ビジョン』より。

第1表 今後優先して取り組みたいこと



出所：帯広市産業振興会議 [2014] 『平成25年度帯広市産業経済実態調査報告書』より。

この背景には、公共事業の拡大、復興需要や消費税増税前の駆け込み需要などがあると考えられている。さらに、高技能者育成は短期間でできないこと、さらにせっかく確保した若手人材も早期の離職などにより育成できていないなどもある。

帯広市は毎年1000人の高校生が就職希望を持ち、JA や柳月、六花亭などのお菓子メーカー、地元中小企業等に就職しており、就職率約97%である。このように人材不足が問題であり、さらに彼ら若年労働者の技能形成、企業内訓練、定着に問題を有している。この解決策が今後、模索されなければならない。

さらに、産学官連携事業として、地元、帯広畜産大学や試験研究機関などと提携して、新商品開発や既存の商品改善などの事業も動きだしている。

吉田農場

吉田農場は北海道芽室町に35ヘクタールの農地を持ち、ゴボウ、長芋、カボチャ、小麦、ビーツなどを栽培している。農作物を1次産品としてももちろん出荷しているが、自ら加工し、付加価値を高め商品として出荷も開始した。

出荷している商品は、「カラフルパスタ」と「さとうむすび」の二品目である。「カラフルパスタ」は、吉田農場で作っている小麦に、やはり吉田農場で生産しているビーツ、カボチャを練り込み色づけしたマカロニである。「さとうむすび」は吉田農場で生産しているゴボウ、長芋、ジャガイモ、カボチャをグラニュー糖で糖漬けにした商品である。甘く野菜そのものの味、食感をそのまま味わえる商品であった。

これらの商品開発のコンセプトは吉田農場ですべてとれた安心できる農作物を原料にしていることである。もちろん、農薬の使用は少なめにしており、安心を第一に「6次産業化」に取り組んでいた。

農場経営の課題として、農業は収穫期や種まき期が地域で一斉に来る産業である。そのため、農繁期に労働力需要が集中するために、人手不足になりやすい。もちろん、北海道の十勝地方なので豊富な労働力に恵まれているわけではないので、他の農場と労働力の取り合いになってしまう。そのため、機械化も進めており、大型トレーラーやゴボウの自動仕分け機などの導入なども進めている。

夕張ツムラ

夕張ツムラは、大手漢方薬品企業ツムラが2009年7月に設立した完全子会社であ

る。ツムラ全体で、原料生薬の約15%は日本で生産されており、国内には6ヶ所の栽培拠点（北海道・岩手県・群馬県・和歌山県・高知県・熊本県）がある。

ここ夕張ツムラは、しそを中心とする生薬の自社栽培や契約農家での栽培、その加工・保管・出荷を手がけている。2009年設立当初、1000トンの生薬保管能力であった。しかし、現在、既存施設（延べ床面積約7900平方メートル）の隣に、貯蔵庫や選別ラインなどを備えた新施設（同約9400平方メートル）の建設を進めており、2015年7月の完成時には、生薬保管能力を2000トンへと倍増させる計画である。この新施設建設は約18億円を投じるプロジェクトであり、「自治体破産」を経験している夕張にとって、久しぶりの明るいニュースであった。

ツムラが夕張へ進出した理由は、北海道という生薬栽培に適した土地柄はもちろんであるが、土地の安さ、新千歳空港まで陸路で約1時間というアクセスの良さがあげられていた。

ただし、人材確保は苦勞しているようであり、若い人材は札幌などの大都市に出て行き、なかなか夕張に残ろうとしない。工場の拡張に応じた、人材確保が課題となっている。

Ⅲ 三重県調査（2015年3月8日～10日実施）

調査先：高校生レストラン まごの店、元丈の里 営農組合加工部、
マメや きたがわ、もくもくファーム

第2回目の調査は、三重県を舞台にした「6次産業化」による地域復興がテーマであった。三重県はSHARPの工場誘致に成功し、一時は工場誘致による地域復興のモデルにもされた。しかし、SHARPの業績が悪化するに従い工場誘致による地域復興に対して懐疑的な見方が広がっている。

その一方で注目されているのが、生産（第1次産業）、加工（第2次産業）、小売り（第3次産業）からなる地域の「6次産業化」である。さらに、三重県多気町の6次産業化は、この3次産業に地元相可高校食物調理科の「高校生レストランまごの店」と人材育成機能まで付け加えた、新たな様相を帯びている（岸川 [2011]）。

高校生レストラン まごの店

テレビドラマのモデルともなり現在も三重県内外からお客さんの絶えない「高校生レストランまごの店」の成功要因は何であったのか。このまごの店は、相可高校調理部の部活動の一環として、2002年から屋台として発足する。そして現在の形に2005年からなり、毎週週末と祝日のランチに一般客向けに営業をする。

通常の営業は、松花堂弁当250食、季節の定食など50食、計300食を完売する。料金は一律1300円である。利用客は県内外からきており、開店前から数時間行列が出来る事もしばしばである。私達が行った日曜日にも常に満席であった。

この「レストランまごの店」成功の要因をどこに見るのか、いくつか指摘してみよう。もちろん、テレビドラマになり非常に有名なレストランだということもある。しかし、それだけでなくたびたび訪れる客にとって有名以外の別の魅力がある。

その魅力とは、経験を重ねるにしたがって調理技術や接客技術の向上を見て取れる点である。つまり、4月時点では新生はまったく心許なく、接客も十分こなせない。しかし、時間がたつに従い技術は向上し、学年が上がるに従い後輩を指導する立派な上級生へと成長する。その姿を訪れる度にここ高校生レストランでは実感できる。

非常にわかりやすく述べるならば、宝塚歌劇団やAKBなどのアイドルグループに見られるような成長物語を近くで見られるといえよう。これは他のレストランにはない、ここだけの特徴である。まさに「高校生レストラン」であり、「まごの店」といえよう。

さらにこの「高校生レストラン」がもつ人材育成機能に注目すると、この「高校生レストラン」を卒業した高校生達が就職したならば、3年以内離職率は9%という数字である。通常、飲食店の3年以内離職率は大卒で50%であるので、いかに低いかあきらかである。そのために、県外の有名料亭などから求人が数多くきている。

さらに、このレストランは「地産地消」を基本としており、伊勢湾でとれた魚介類、松阪牛に代表される畜産、そして地元の野菜などを使用している。まさに、SHARPなどの大規模工場の誘致と異なった地域復興の試みであるといえよう。

高校生レストランを見学したあとは、その仕掛け人でもあった多気町役場の岸川政之さんへのインタビューであった。岸川さんは「高校生レストラン」の行政側の仕掛け人であったが、高校生レストラン開業に至るまでの苦労について多くを聞け

た。高等学校は教育機関なので行政的には教育委員会の管轄である。しかし、飲食業は当然、県の食品衛生部門の管轄であり、この管轄の相異を行政としてどのように調整するのか、非常に苦労されたそうである。

また、相可高校食物調理科を卒業したあと都市部へ就職する高校生だけでなく、地元三重県に残りたいという高校生のために、「せんぱいの店」の構想や実行などもおこなった。

さらに、相可高校は食物調理科のみでなく、他にも生産経済科もある。この生産経済科の学生（農作業などをおこなう学科）と地元の製菓会社がコラボして、ハンドクリームや日焼け止めクリームの開発などをおこなった。さらに、パッケージのデザインなど女子高校生の感性を取り入れて、斬新なデザインが好評を博している。このような一見して他府県では出来ないようなコラボレーションを実現したのがこの岸川さんであった。

他にも、ギネスに認定された長時間ソフトボール大会やマウンテンバイクの大会の誘致など、行政マンとして地域を活性化させる活動を数多く手がけている（龍谷大学 [2014]）。

岸川さんに連れられて北川農園を見学した。北川農園は、もともと使用していなかったビニールハウスを北川さんが格安で借りて、トマト栽培をはじめた。その際、ビニールハウスの所有者との交渉など岸川さんが取り持ち、いうならば遊休資産を多気町のために再活性化させたといえよう。

試行錯誤の結果、北川さんの作っているトマトはフルーツトマトとして非常に甘く美味しく出来るようになった。そのため現在では、ビニールハウスも拡張して生産拡大がなされている。もちろん、生産されたトマトは地元で消費されるが、それだけでなく他府県にも出荷されている。

元丈の里 営農組合加工部

元丈の里とは、2008年12月に設立された営農組合である。お米や野菜の農家を主体に作られた。組合員数は約60名である。対象農地は約40haである。6次産業化として、農業から加工、そして販売までおこなっている。

加工は、お米を製粉にしてお菓子の粉として販売したり、野菜を乾燥させておやつとして販売したりしている。また、地域貢献として親子田植え教室や親子竈米飯

などをおこなっている。

悩みは、小売りのやり方である。つまり、農産物を作り（第1次産業）、加工（第2次産業）までするが、売り方がわからない。生産者の発想から抜けきらないのである。三重県や外部の専門家の助力が必要である。

マメや きたがわ

地産地消の野菜レストランである。現在従業員40名から50名体制であり、農家からの仕入れをみてメニューを決定している。農家と消費者をつなぐレストランを展開している。さらにミソや豆腐の製造と販売をおこなっている。

豆腐を作った残りのおからを堆肥として農家に提供している。さらにレストラン横に、農産物直売所を併設し、市場に卸さない規格外の商品を格安で販売している。

もくもくファーム

1987年に養豚業者を母体にして設立された。第1次産業である養豚と加工そして販売を手がける事業体である。加工業としてハム、ソーセージを皮切りに、ビールの製造まで手がける。さらに、レストランを7店展開し、園内に宿泊施設まで備える大規模施設に発展した。

生産者と消費者をつなげ、6次産業化の発展のために、会員制をとっており、年会費を払うと各種サービスの割引、通信販売の案内やイベントの案内などがくる。この会員は現在約45000人規模であり、将来的には5万人規模を目指している。

事業の拡大にともなって、人的資源の拡大もおこなわれており、新卒採用で東京大学からも応募が来るようになった。これは「地産地消」「6次産業化」などのキーワードに惹かれているからであろう。

IV まとめ

2014年度の共同研究として次のことを明らかにした。第1に、これまで地域復興の主要な手法として認められていた大規模な産業誘致や大規模公共事業でない、新たな地域復興のオルタナティブがあるということを示したことである。第2に、そのオルタナティブは、その当該地域の残された諸資源、地方政府や地元の中小企業、

農協や地域住民の手によって、担われる点である。

これまでの地域復興政策は、やはり大型公共事業、工場誘致をその主要な手段として認められていた。その成功例とされていたのが、巨額の補助金による三重県のSHARP誘致や原子力発電所の地元誘致であった。しかし、この手法は、地方政府財政の悪化、SHARPの業績悪化、場合によっては原子力発電所の事故など、問題点も増えてきた（田中・本多 [2014]）。

このような地域復興政策でない、新たな地域復興の方向性が各地において模索されている。その方向性を一言で述べるならば「地産地消」ではないが、現在その地方に残された諸資源を活用する方向性である。より明快にいうならば、その地方に残された諸主体（Agency）を組織化・ネットワーク化し有機的に連関させ、活力を引き出す方向である。このオルタナティブは、当該地域外からの諸資源を動員するのではなく、あくまでもその地域にある主体に注目するアプローチである。

2014年度の共同研究では、北海道と三重県への調査をとおして、まさにこのオルタナティブの萌芽を発見することができた。北海道も三重県も置かれている経済状況は、決して楽観できる状態でない。しかし、その地域復興を担っている主体は、その地域に根ざした自治体であったり、中小企業であったり、場合によっては高校などの教育機関であったりした。

2014年度の調査では、その諸主体の結節点を「産業の6次化」を軸として研究を進めた。その中で発見したことは、自らが根を張る地域を今ある資源で、今ある状況の中で、今ある人材を活用し、活気を取り戻そうと工夫し、努力する人々の姿であった。その中にこそ、小さな地域を支える可能性が見いだせよう。不思議なことに、『里山資本主義』の中で見いだされた知見と非常に親和的であった。

参考文献

- 奥田政行・三好かやの [2015] 『東北のすごい生産者に会いに行く』 柴田書店
岸川政之 [2011] 『高校生レストランの奇跡』 伊勢新聞社
玄田有史 [2015] 『危機と雇用：災害の労働経済学』 岩波書店
坂本道徳 [2014a] 『軍艦島離島40年：人びとの記憶とこれから』 実業之日本社
坂本道徳 [2014b] 『軍艦島：廃虚からのメッセージ』 亜紀書房
佐藤可士和・四国タオル工業組合 [2014] 『今治タオル奇跡の復活：起死回生のブランド戦略』 朝日新聞出版

田中宏昌・本多哲夫 [2014] 『地域産業政策の実際：大阪府の事例から学ぶ』 同友館
室屋有宏 [2014] 『地域からの六次産業化：つながりが創る食と農の地域保障』 創森社
龍谷大学社会学部コミュニティマネジメント学科 [2014] 『コミュニティリーダーを育てる』 晃洋書房