

1. はじめに

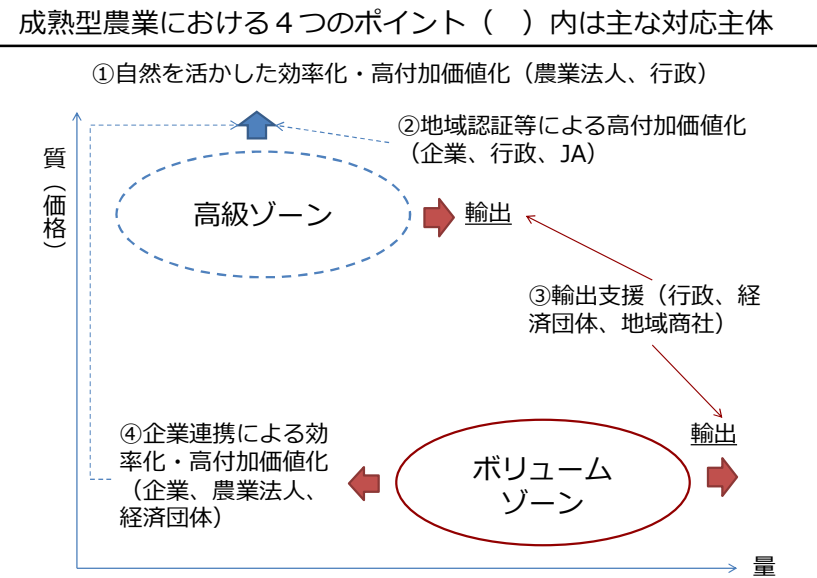
- 世界的に農産物・食品の市場は拡大している。特に欧州等の成熟国型農業や関連する食品加工業が高級ブランド品の消費拡大を支えている点が注目される。一方、我が国はそのような潮流から取り残され、農業の疲弊が進んでいる。
- 中国地域は、農地の大規模化が困難な中山間地域の占める割合が高く、全国で最も高齢化が進む等、条件的には不利な地域と考えられるが、農産物・食品の輸出を伸ばしている欧州諸国に倣い、高付加価値化・成熟国型農業への転換による農業振興の可能性について調査した。

2. 中国地域農業の概況

- 農地** 中国地域は中山間地域が多く、農地の規模は小さい。中山間地域を中心に耕作放棄地も増えてきている。一方で、大規模化も着実に浸透している。
- 農家** 販売農家が減少し、土地持ち非農家が増えている。農業就業人口の4人中3人が65歳以上の高齢者であり、農家所得の過半は年金収入である。
- 生産** 生産額では米のウエイトが最も高かったが減少傾向にあり、2004年以降は鶏卵を含む畜産が主体となっている。米の中では酒米が急伸している。高級清酒が内外需ともに好調なためである。

3. 現状と課題の整理

- 世界には3つの農業のスタイルがある。開発途上国型農業（国民のカロリー確保、新大陸型農業（大農場による農産物輸出）、成熟国型農業（飲食品ブランドの源泉としての農業）がある。我が国は成熟国型農業を目指すべき。
- 欧州における成熟国型農業のポイントについて、フランスのワイン産業を例にとりて整理を試みたところ、①自然を活かした効率化・高付加価値化、②地域等の認証による高付加価値化、③輸出支援、④企業と農業の緊密な連携による効率化・高付加価値化の4つのポイントが抽出された（仮説）。



4. 4つのポイントの検討（仮説の検証）

抽出された4つのポイントが中国地域に適用可能かどうか事例をもとに検証を加えた。

①自然を活かした効率化・高付加価値化

- 中山間地の樹木葉や笹等を餌として有効活用する山地酪農（ふくふく牧場、三良坂フロマージュ、木次乳業）は高付加価値の乳製品を産している。他に肉牛の山地放牧（山口型放牧）もある。中国地域は山林を活用した放牧の先進地域である（他には東北北上山地等がある）。
- 農場名を付した清酒（「田中農場」）のように、地域の自然や特色を活かした酒米や農業が酒造業の高付加価値化に生かされている。

②地域等の認証による高付加価値化

- 2015年、我が国でも政府による地理的表示が本格的にはじまった。中国地域では、鳥取のラッキョウ、山口のふく、岡山のごぼうが認定されており、今後の高付加価値化が期待される。民間による酒造格付けでも上位78銘柄に中国地域の5蔵が入り、同様の効果が期待される。

③輸出支援

- 輸出支援は各地で地域商社による取組の模索等が始まった段階。国は清酒等の輸出を支援する特別組織の設立を準備中。優れた産品を有する中国地域には良い風となる。

④企業と農業の緊密な連携による効率化・高付加価値化

- 酒造業に緊密な連携例が多くみられる。田中農場と諏訪酒造のような取引例の他、蔵元が農業を手掛けるケース（丸本酒造）や、隣県であるが農家が酒造を委託するケース（兵庫：ひょうご酒米処）が出てきた。

5. 結論

成熟国型農業における4つのポイントは中国地域で既に成功例があるか、又は期待される段階にあり適用可能とみられる。

①自然を活かした効率化・高付加価値化

- 自然を活かした農業のブランド化は、中国地域が先駆的立場にある。山地酪農や地域の特色を有した酒米や農業が高付加価値の源泉となっていくことが期待される。地域認証と併せて推進することが望ましい。

②地域等の認証による高付加価値化

- 制度的には整ってきているが、ブランド価値を形成する自然や文化の寄与に関する整理やその試みが不足していることから、大きな成功には至っていない。山地酪農品に対する地域認証制度を創設する等のサポートが考えられる。

③輸出の振興

- 販路開拓・輸出数量取りまとめなど、政府が奨励する地域商社を活用した輸出の振興が望まれる。輸出の振興には差別化と浸透の両面を考える必要がある。日本食の高評価を活かす広報に加え、現地商流の取り込みも重要である。

④企業と農業の緊密な連携による効率化・高付加価値化

- 連携の障害となる部分を解決すると効果が高まるとみられる。例えば給食事業者と県が協定を結び、農家を斡旋する等の対策が考えられる。中小企業と農家のように互いの情報が不足しているケースはビジネスマッチングが期待される。

6. 先進事例

ポイント	事例	概要
自然を活かした効率化・高付加価値化	なかほら牧場	なかほら牧場（岩手）は日本最大級の山地酪農（100頭）を展開。牧場は野芝と山地で構成され、樹木の葉や笹も餌となる。給餌は勿論、授精や分娩に係る人手も不要となっている。ブランド価値も高く、牛乳やバターは他の標準品の10倍程度の価格で取引されているケースもある。広島のみふくふく牧場、三良坂フロマージュはそのミニ版であり主にチーズを生産している。山口型放牧とは、肉牛子牛の繁殖に山地を活用するもの。
	ふくふく牧場	
	三良坂フロマージュ	
	木次乳業	
地域認証等	地理的表示制度	地域認証は上記の自然の寄与を論理的に説明し認証すると効果が高いが、まだ取組が始まったばかり。成功例としては、旬のみ（これも自然の寄与）を条件として取り組みやすくした京都市の例がある。
	地域認証制度（京都）	
	民間認証（パーカー等）	
輸出支援	地域商社（八戸）	八戸は南部リンゴの輸出を、福岡は九州の農産品の香港への輸出を支援している。支援内容は、現地規制への対応指導や量の取りまとめ、現地商流とのマッチングなど。
	地域商社（福岡）	
企業連携による効率化・高付加価値化	エームサービス	企業と農業の連携は、大きく分けて、野菜（給食、惣菜）と、コメ（清酒）がある。野菜農家と給食事業者、惣菜事業者との連携は、消費者が地産地消や安心安全を意識しはじめていることから、検討が進んでいる。給食最大手のエームサービスは、宮崎県と協定を結び、同県の野菜農家から食材を調達する。清酒と酒米農家の連携は、酒米を多用する高級酒が増えていることから、進展がみられる。単なる連携を超えて、蔵元が自ら酒米作りを大々的に手掛けたり（丸本酒造：岡山、渡邊酒造店：新潟、大和川酒造店：福島）、逆に酒米農家が、酒造を委託するケース（ひょうご酒米処）が出てきている。
	ロック・フィールド	
	サタケ	
	諏訪酒造	
	田中農場	
	丸本酒造	
	渡邊酒造店	
大和川酒造店		
ひょうご酒米処		