

ふくしま農商工連携マーケット育成委員会

日時:2011年5月20日(土) 10:30~

場所:アクティブシニアセンター AOZ

MAXふくしま4F

農産物流通講座

農業資源活用による地域活性化

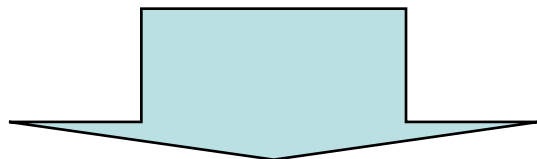
小山良太

福島大学経済経営学類

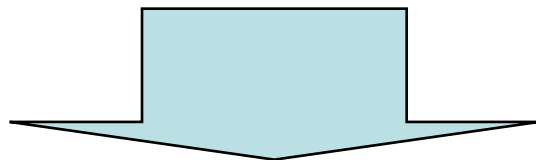
1.地域づくりと地域経済

地域づくりの目的

- ・地域に根ざした生活・文化を守る
- ・地域資源を大切に。後世に伝えたい。
- ・安心・安全な「生活」(経済活動はそのためのもの)を維持したい(発展・成長ではなく)。



そのために「域際収支」の向上と
「地域内経済循環」の再構築を目指す。



地域産業の創設・振興と雇用の確保

地域経済循環を拡大するためには？ (内発的、完全雇用、産業連関)

- ①移入代替(地域内自給率の向上)お土産品
- ②移出代替(域内加工・移出率の向上)原料
- ③移出財再移入の防止(地産地消)商店
- ④地場産業の再検討(コア産業の発見)農業

原料生産では付加価値を域内に担保できない！！
域内における加工・製造工程(商品化)の必要性！！

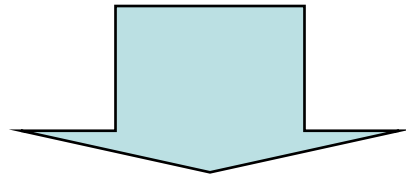
①移入代替

- 他地域から移入している財で、地域の資源を活用して生産できるものは域内生産に切り換えていく。外から入ってくるものを域内産に変えていく
- 域内自給率の向上
- 福島県の土産品が他県で作られている
- 生産・流通マージンは域外へ流出

- 観光客は「福島(会津など)」ブランドだから購入している！

②移出代替

- 素材のまま移出している財は、可能な限り加工度を高めてから移出する。
- 原料を生産し、他県へ移出。高付加価値製造過程は他県で行なわれ、最終商品を再度移入し、販売。生産マージンと小売マージンのみ域内に蓄積。



- 原料のみならず、生産過程も内部化することで付加価値を域内に保持。
- 県産大豆と納豆消費

③移出財再移入の防止

- 会津で味噌、酒を製造し他県へ販売。
 - しかし、他県から同一品目を購入
 - 地産地消の反対
 - Ex: 北海道のウニ、アワビ
-
- 地元の商品を使用する。地産地消率の向上
 - Ex: 北海道:
コメチェン、サケチェンキャンペーン
- 地産地消: 札幌ラーメン、喜多方ラーメン

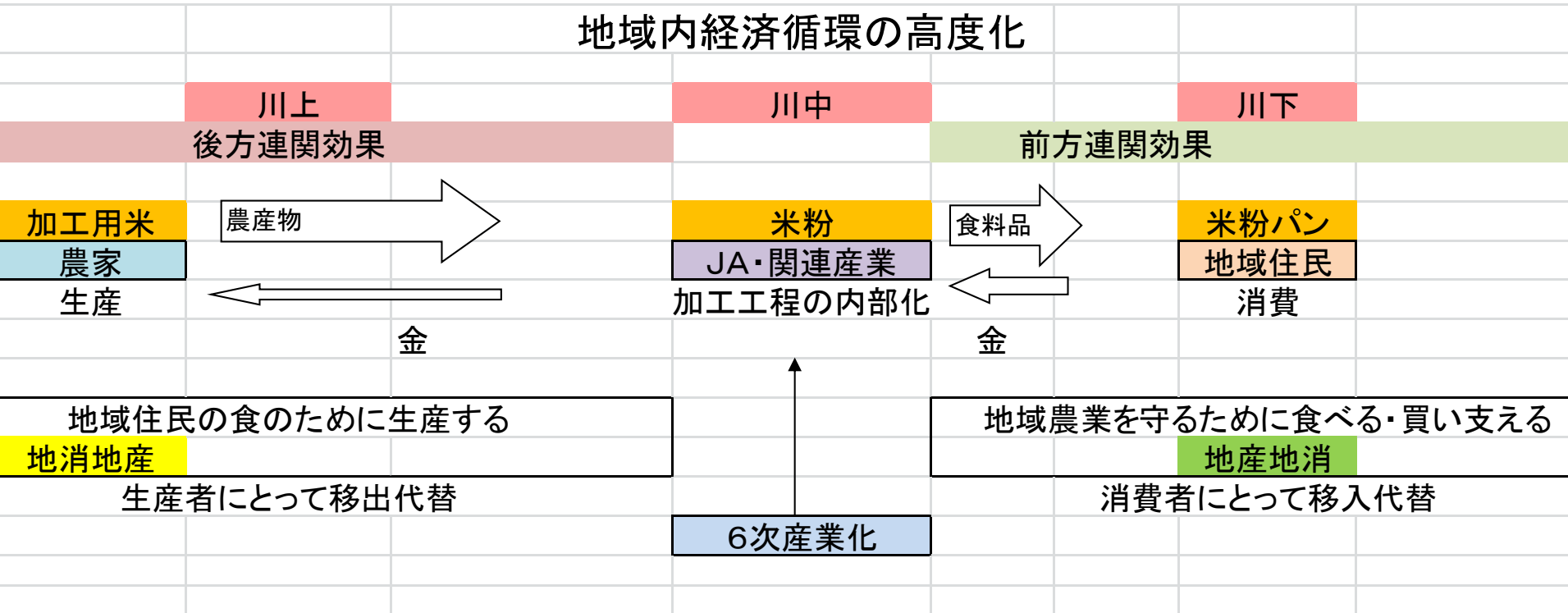
④地場産業の再検討

- コア産業の発見
- 地域資源、会津の冠に相応しい産業とは？
- 農業？伝統工芸？
- 外に逃げない産業
- 地域に埋め込まれた産業＝地域産業
- イタリア：皮産業、被服、スローフードと食品産業

地域内産業連関

- 「**前方連関効果**」域内で米粉の製粉を行なうとそれを中間投入するパン屋、麺屋が拡大する
- 「**後方連関効果**」とは、川下にある産業の生産規模が拡大すると、そこで中間投入物として用いられている生産物を生産する産業の経済活動に外部効果を与えるという派生需要効果である。米粉の製造が増えると米粉用の新規需要米の生産・作付けが増加する(転作の本作化)。

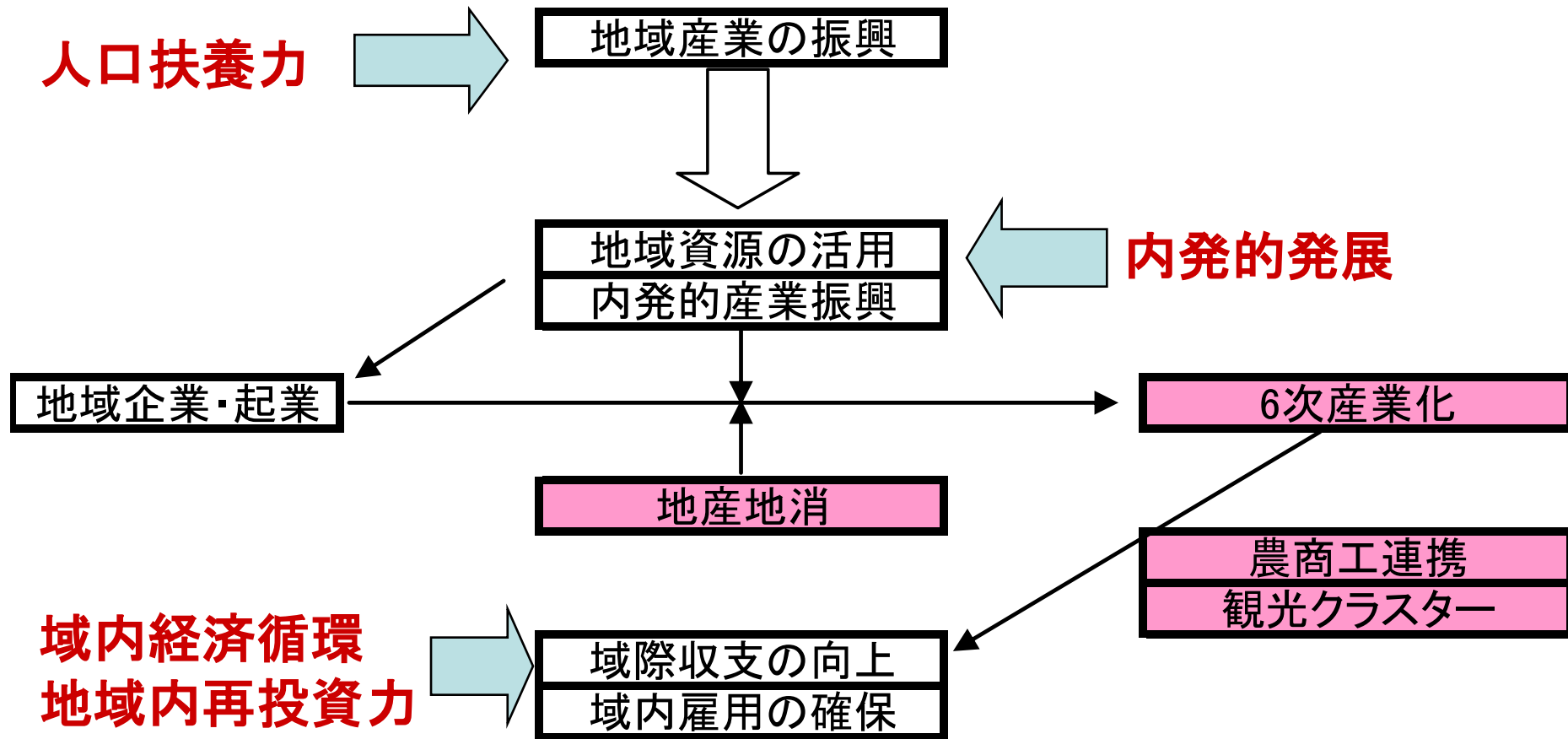
地域内経済循環の高度化



①移入代替(他地域から移入している財で、地域の資源を活用して生産できるものは域内生産に切り換えていく)

②移出代替(素材のまま移出している財は、可能な限り加工度を高めてから移出する)

地 域 づ く り の 課 題



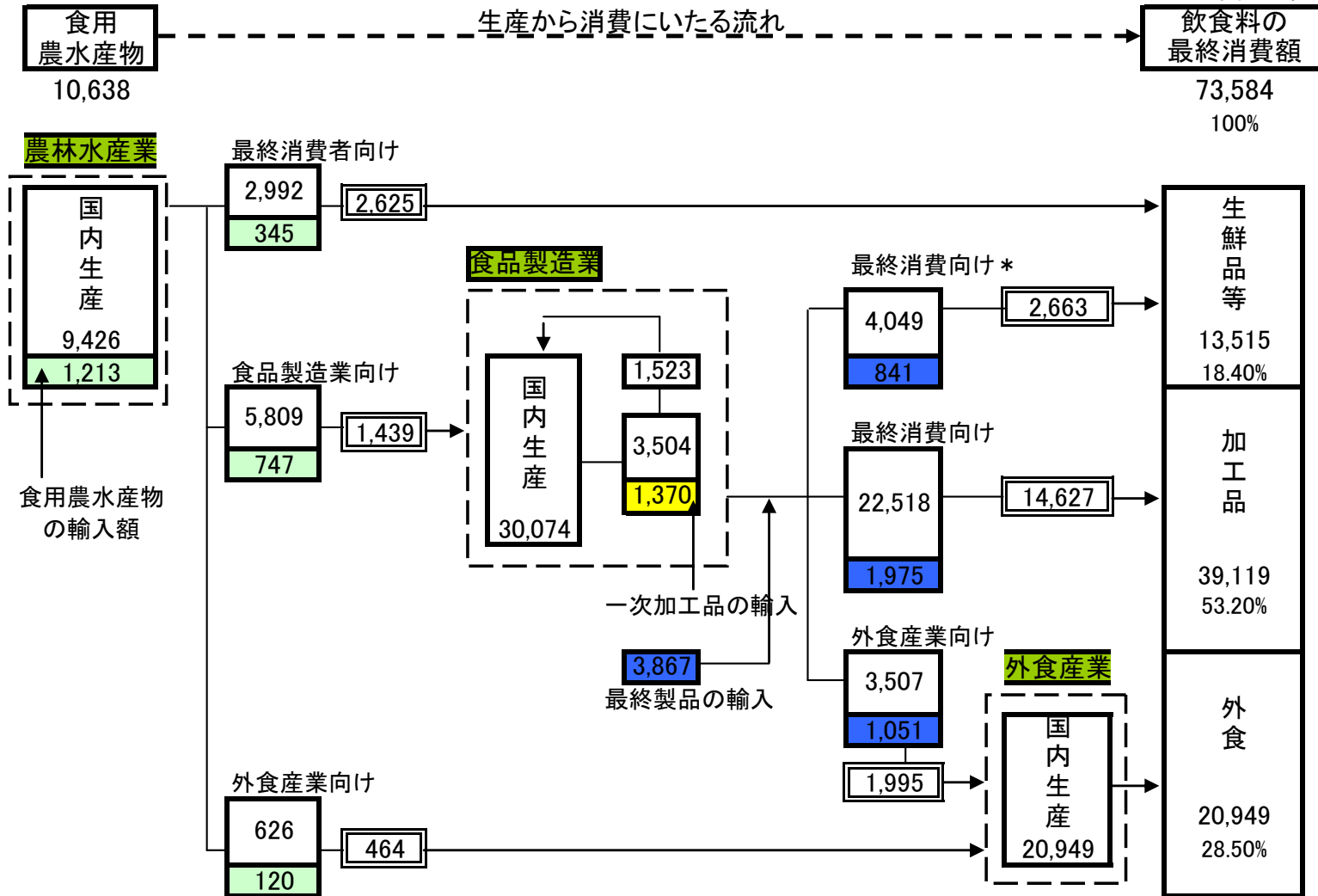
これらをマネジメントする主体＝地縁型共同体(自治村落)から
目的型(機能型)共同体へ

さらに、地縁型共同体＋目的型共同体という重層的な関係へ(交流、ネットワーク)

今村奈良臣氏が提唱した 農業の6次産業化

- 付加価値の大部分を卸売・小売業や情報サービス企業に取り込まれていたのであるが、それらを農業の分野に可能なかぎり取り戻そう
- 6次産業化の主体は1次産業＝農業部門であり、農業が立地する地域に付加価値部分を保持することが目的

(単位:10億)



資料:総務省他9府省庁「平成17年産業連関表」を基に農林水産省で試算。

注:1)食用農水産物には、特用林産物(きのこ類)を含む。

注:2)旅館・ホテル、病院等での食事は「外食」に計上するのではなく、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。

注:3)*は精穀(精米・精麦等)、と畜(各種肉類)及び冷凍魚介類。これらは加工度が低いため、最終消費においては「生鮮品等」として取り扱っている。

注:4) [] 内は、各々の流通段階で発生する流通経費(商業経費及び運賃)である。

注:5) [] は食用農水産物の輸入 [] は一次加工品の輸入 [] は最終製品の輸入を表している。

2. 6次産業化と農商工連携

農商工連携といった場合、何を想定するか。

- ① 外食産業のサイゼリアによる野菜農場、カット・パッケージ配送システム
- ② モスバーガーやびっくりドンキーにおける直営農場と加工工程
- ③ 居酒屋チェーン・ワタミの直営農場と契約生産システム
 - イオン 牛久市 直営農場
 - モスバーガー 静岡
 - サイゼリア 白川 直営・契約農場
 - びっくりドンキー 北海道
 - ワタミ 千葉農場

A地産地消の推進の結果生じた 6次産業化

Bインテグレート形態の農商工連携

A 6次産業化(農を中心とした農商工連携)
農村における商と工の内部化

①特産品の加工 移出向け 移出代替
土産品など

②日常品の加工 域内流通 移入代替
味噌・醤油など

目的:

- 1) 移入代替(地域内自給率の向上)
- 2) 移出代替(域内加工・移出率の向上)
- 3) 移出財再移入の防止(地産地消)

B 商を中心とした農商工連携
川下からのインテグレート(統合化)

①「国産」など商品の訴求力の向上
国内市場への調達行動のシフト

②安定的な供給システム
契約栽培・直営農場

目的:

- 1) フードシステムにおける統合化戦略
- 2) 垂直的關係の再編
- 3) 経済主体の統御

A農村における商と工の内部化

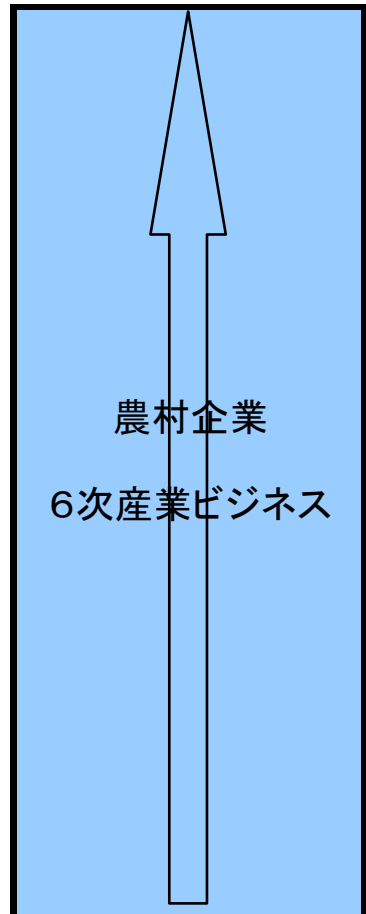
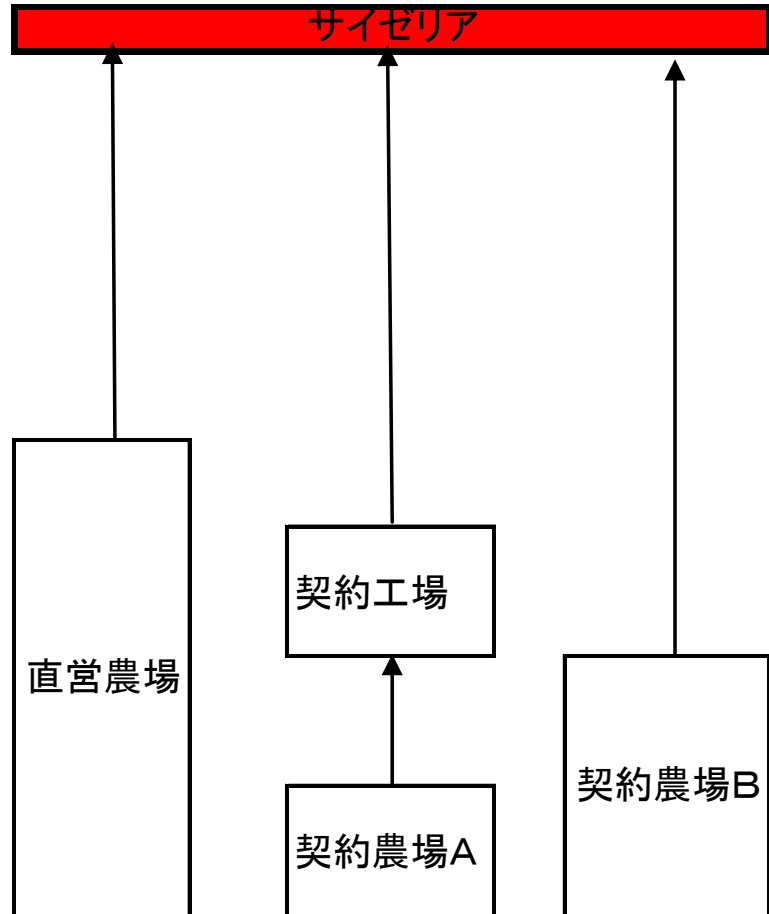
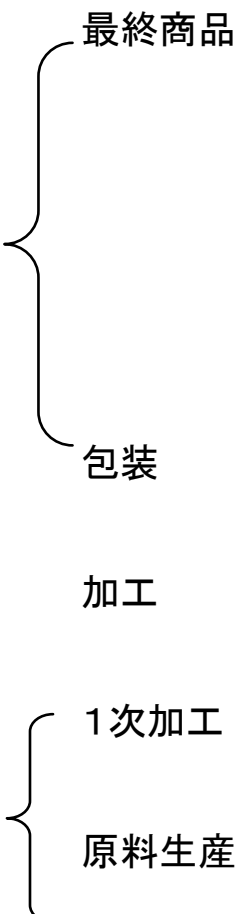
- これまで原料生産のみを行なってきた生産地が、①**特産品の加工**を行ない、付加価値生産を始めたケース。
- 例えば、馬路村のゆず加工、米粉製品。
- これらは**移出向けの財**であり、**原料から付加価値商品へと移出財を代替**することで、域際収支を向上させようとする取り組み。
- 特産品、土産品などに見られる取り組みである。

② 日常品の加工（地消地産）

- 移入財を域内生産に代替していく取り組み
- 地域外から購入してくる財を地域内で生産可能なものはできるだけ地域内の生産に切り替える取り組み
- ふくしま大豆の会
- 味噌・醤油や域内流通向けの地酒など、日常品が対象となる。
- 域内消費向けの直売所なども同様の枠組みであり、そこで扱われる加工品（域内加工、例えば農協の製造品）など

Bの川下からのインテグレート(統合化)

- フードシステムにおける課題である統合化戦略、垂直的関係の再編、経済主体の統御が目指される
- その結果、食の安全性の問題などから、
- ①「国産」など商品の訴求力の向上のため、
外食産業や食品企業は**国内市場への調達**
行動をシフトすることとなる。
- ②安定的な供給システムを担保するため、**契約栽培・直営農場化**を志向する。



単なる連携から6次産業化へ

- 6次産業化と農商工連携の違い
(域内に付加価値を保持できるか)
- 移出向け商品と日常品の違い
(東京の百貨店向けの商品化は可能か)
- 少数の優良・先進地域と多くの普通の地域での6次産業化の取り組み
- 地消地産、その土地のライフスタイルに裏付けされた食生活とそれに対応した6次産業化

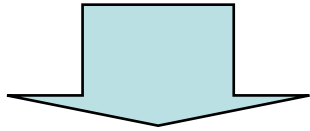
3.地産地消と地消地産

- **地産地消**や**農商工連携**の取り組みが盛んに行なわれていますが、一部の成功事例を除くとある段階から停滞するケース多いのが実情。
- それは地域で既に生産されているものをただ集荷し販売するというプロダクトアウトの地産地消であり、川下の商にフードシステム上統合される農商工連携に留まっている。
- これから必要なのは地域の食生活も含むライフスタイル提案型の**地消地産**であり、地域内に加工工程や販売部門も内包化していく**6次産業化**の発想。

地産地消の発展段階

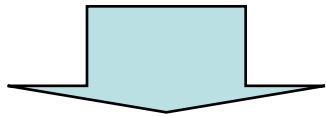
① プロダクトアウト

既存のあるものを集荷し販売する



② マーケットイン（消費者ニーズ）

「消費者」ニーズ（マーケティング）に合わせて
生産計画・品揃え、 店舗営業時間、マーチ
ャンダイジング（商品計画）



③ クリエイティブアウト（創造開発）

生活者のライフスタイル（食生活）を提案

ライフスタイル提案型の 地消地産運動

- 小山ゼミでは、福大まちづくり株式会社マルシェ・Fをゼミ生と共に設立し、福島県産の在庫米を米粉に加工し、シフォンケーキとして販売する取り組みを実施。
- また、福島市の街なか広場で朝市・青空市を開催します。これは「**ふくしまstyle**」という「地消地産」の新たなライフスタイルを提案する試みであり、マルシェ・Fの事業理念の具現化。
- **EX: ふくしま大豆の会、初期の生協運動、生活クラブ**

Marche F

街なか広場で福島を感じよう！

旬味直送
もぎたて市



街なかマルシェ

開催

ももりん
ポイントカード
抽選会
同時開催



和採り野菜から名産品まで、地元ふくしまの食材が大集合！
鮮度に満足、価格に大満足の青空市「街なかマルシェ」
今年も元気に開催です！

2010
7/25
SUN

じかん
10:00
↓
14:00



第2回/10月10-11日 ふくしま青空市甲子園開催予定！
※詳細は第1回の要項があります。

街なかマルシェのテーマ

地元産の旬味を、新鮮な旬味を届ける。人々の健康を
支える。旬味を届ける。人々の健康を支える。旬味を届ける。人々の健康を支える。

Marche Fとは？

福島大学経済経営学系が主催するマルシェの開催が、地域の活性化にもつながることを
目的に立ち上げられたイベントです。
地元産の旬味を届ける。人々の健康を支える。旬味を届ける。人々の健康を支える。




主催 / Marche F
●福大街づくり株式会社マルシェ F ip-tokai@econ.fukushima-u.ac.jp ●小島良太セミナー

協力 / 福島大学経済経営学系、
飯沼女子短期大学

後援 / 福島県、福島市、株式会社福島まちづくりセンター、
福島県出村株式会社、福島県工業銀行

店舗紹介

1 JA新ふくしま 

- 新鮮農産物
- 「もも日和」「りんご日和」
市内産の桃、りんごを使用したジュース

TEL.024-553-3657 FAX.024-553-3119
福島市北矢野日字原田東1-1

新ふくしま ころら 検索

2 みらい百彩館 

んめえべ

- ハート及び星型きゅうり

TEL.024-551-2223 FAX.024-584-3335
伊達市霞町19

3 道の駅 

ふくしま東和

- きゅうりゼラート(期間限定)

桑 トマト 黒豆 辛子

ゼラートも人気!!

TEL.0243-46-2113 FAX.0243-46-2114

13 浪江焼麺太国 

- なみえ焼きそば

事務所TEL.0240-35-3321

浪江焼麺太国 検索

12 Marche F 

福大まちづくり株式会社

- 米粉のチヂミ

TEL&FAX.024-548-8380
福島県福島市全谷川1番地

11 Marche F 

福大まちづくり株式会社

- 米粉のシフォンケーキ

TEL&FAX.024-548-8380
福島県福島市全谷川1番地

10 いなGO 

- トマト
- ミニトマト

9 うどんダイニングDon 

小山フードビジネス
(正百部グループ)

- ぶっかけうどん
- いかに参焼きうどん

TEL.024-554-0088

8 ふくしま大豆の会 

- 豆腐 ●納豆
- 味噌 ●豆乳ヨーグルト

TEL.024-554-3072 FAX.024-554-6022

原料も加工メーカーもすべて地元!!

7 まいで工房 

- イータテペイク
飯沼村オリジナル品種のじゃがいも
- 米粉クッキー
- いいたて雪つ娘
かばちゃ

TEL.0244-43-2856 FAX.0244-43-2856

Artista Introduction

街なか広場

国道17号

ステージ

ももりんポイントカード
抽選会 会場

13
12
11

ハセオ通り

駅前通り

4 あぐりハウス 

飯野

- 地元100%新鮮野菜
- もち、漬け物

TEL.024-562-3855 FAX.024-562-3819

5 産直カフェ 

ゆいまある

- きぼろ
産直カフェいち押しのおどりの
プライベートブランド
- とまと
エコファーマー減農薬、減化学肥料で
育てました。

TEL&FAX.024-546-8655

6 葛尾村いきいき 

交流促進協議会

- 高原野菜、露地野菜
- 村内加工品の数々

TEL&FAX.0240-29-2400
双葉郡葛尾村大字落合字番ノ又14-62

4.地域内経済循環と 6次産業化・地消地産

- 事業仕分けで廃止となったマルシェジャパン
- 2009年度より農林水産省の新事業として、「仮設型直売システム普及事業」通称マルシェ・ジャパン・プロジェクト
- パリ市やニューヨーク市など大都市において行なわれているマルシェ(marché、青空市、朝市)を日本の都市部において設立し、新たな農産物の流通形態を創設することを目的

2つのマルシェ

- 日本

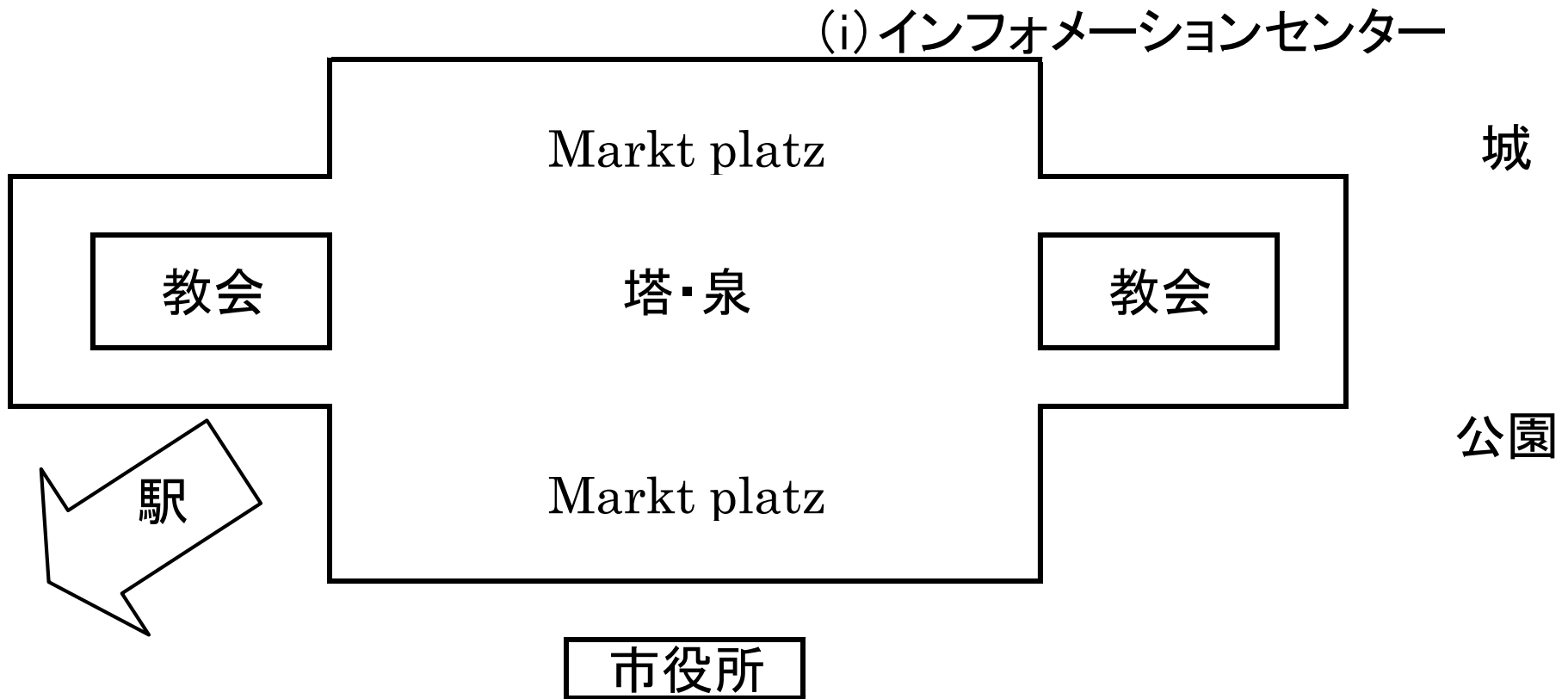
全国事業者は株式会社ぐるなび、マルシェ運営者も株式会社 TBSテレビ(東京)、森ビル株式会社(東京)

- フランス・ドイツ

運営主体は、公益的な性格を有するマルクトの運営委員会であり、出店者(農家、農産物加工業者、小売業者など)を選定し、「市(いち)」全体を運営



ドイツのマルクト



バルトキルヒにおけるマルクトの俯瞰図

Markt platz

