

農産物共同加工事業の変遷と今日的意義

五十鈴川 寛・井 関 礼 子

(山形県立農業試験場)

The Cooperative Business for Processing Agriculture Products

— Its development and contribution to local industry —

Hiroshi ISUZUGAWA and Reiko ISEKI

(Yamagata Prefectural Agricultural Experiment Station)

1 はじめに

農産加工は今、1.5次産業や地域特産品の開発として農家及び農家指導関係者等の間で注目を浴び期待がかけられている。本県でも農産加工活動は活発であるが、実態は必ずしも明らかではなかった。そこで今後も期待されるであろう農産加工を成立・発展・定着させるためには、まず実態を把握し、そのうえで農産加工の意義を問うことが重要とみられるので、これを取り上げた。調査は昭和59年～60年度で、農業改良普及所、農業協同組合、農産加工集団の面接調査によった。また、農産加工はこれまでも幾度か奨励されてきたので、これを見ることにより今日の農産加工の意義をより明確なものとして検討する手がかりとした。

2 農産加工の歴史

(1)大正末期～昭和初期 第1次大戦時の好況の反動と関東大震災後の緊縮財政、昭和6年の不況、9年の冷害凶作、12年支那事変勃発以降戦時体制に入るまで一連の不況時代が続く。この不況打開策として「農村経済更生運動」が展開され、①自給経済の充実と②商品農産物又は副業品の生産増殖が呼びかけられた。県内でも産業組合が農家の現金支出節約を狙って醤油の醸造や味噌加工を手がけた。

(2)昭和20年～30年代 終戦後の激しいインフレと食

糧不足が続き、農村人口の急増によって都市も農村も経済的困難な事態におかれていた。そこで、食糧増産、二三男就業対策として農家副業の奨励や農村工業振興が図られ、本県でも昭和27年「山形県農村副業振興対策要領」が定められた。農村工業はそれ自体農業経営と区別され、生産物の加工過程を工場の形態をとって農村地域で行うものであり、初めは個人経営であったがやがて会社組織や農協による組織が出てきた。この時代は醤油、味噌に加えて搾油、製パンがおこりその後、缶詰が手がけられた。

3 今日の農産加工の実態と意義

(1)成立状況

本県には現在107の農産加工集団がある。自給用加工はわずかに味噌加工にみられただけで、90%は販売品を手がける集団であった。実施形態は①農協が農協の加工事業としている(19%)、②農家が加工組合としている(40%)、③農家婦人組織が活動の一部としている(41%)などがあり、以前の加工ではみられなかった②③の形態が多い。加工活動の要望はいずれの形態でも農家からの要望が多かった。更に成立年をみると(図1)、以前からの集団は少なく、大多数は近年になってからの集団で、49年のオイルショック後、特に50～52年、56～58年に集中し、転作と冷害ショックの影響があると考えられる。

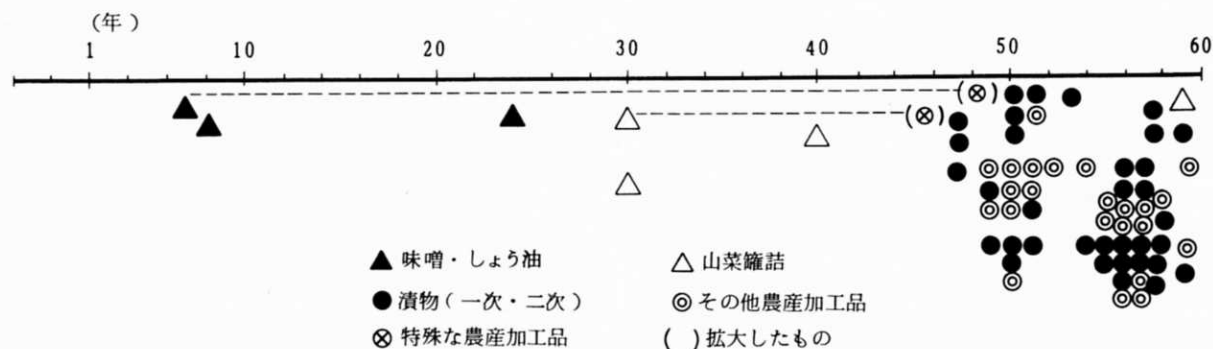


図1 農産加工集団成立年

(2)事業実績

以前の加工品は、醤油、味噌、缶詰で特殊な施設と技術の要るものであった。しかし、近年は漬物、しそ巻、笹巻、餅が多く、熟練した技術は要るが農家で日常よく行なわれてきた加工品であるといえる。これは前記②③の形態

で特に顕著である。また、農協事業による場合に限定されているが、塩蔵も近年になってからの加工である。

次に集団が加工を始めた目的をみる。一つには塩蔵を主体とした場合には農産物流通対策としての加工がある。二つには、二次加工の場合であるが、副収入、地域特産開発、

産地形成、畑作振興、付加価値づくり、農産物利用の拡大などがあげられ、加工付加による農産物利用拡大としての加工がある。更に、組織活動の一環として行われている場合は、仲間づくり、新しい事への挑戦、地域特産の開発などがあげられ、特にこれらへの期待が高い加工がある。以

下、若干事例で述べる。

(1)流通対策としての加工： Y農協のキュウリ塩蔵の例では、単価600円/10kgを下ると塩蔵を考えるが、昨年はこうした安値が出荷期間の20%，出荷量の30%に及んでいた(図2)。現流通体制において、塩蔵加工は農家にとっ

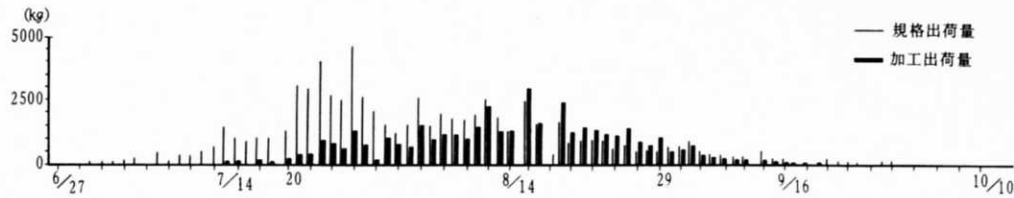


図2 Y農協のキュウリ出荷状況

て評価できた。

(2)加工付加による農産物利用拡大： 一次加工と二次加工を行ない、婦人グループも支援しているH農協では、加工事業は畑作振興の一路線として組み入れ、運営されている。加工は1億円の販売実績をあげ、畑作の販売、作付実績を拡大している。農産加工は時には突破口、時には安全弁となり、畑作振興の役割を果たすものである。また、加工作業には生産者自身が当たる。加工部門導入によって年間労働力を農業内で燃焼させ農外に流出させない。農業労働サイクルは、安定した農業経営として重要である。更に、副収入としての評価は、集団格差が非常に大きい、1戸当たり販売実績は約60万円であった。

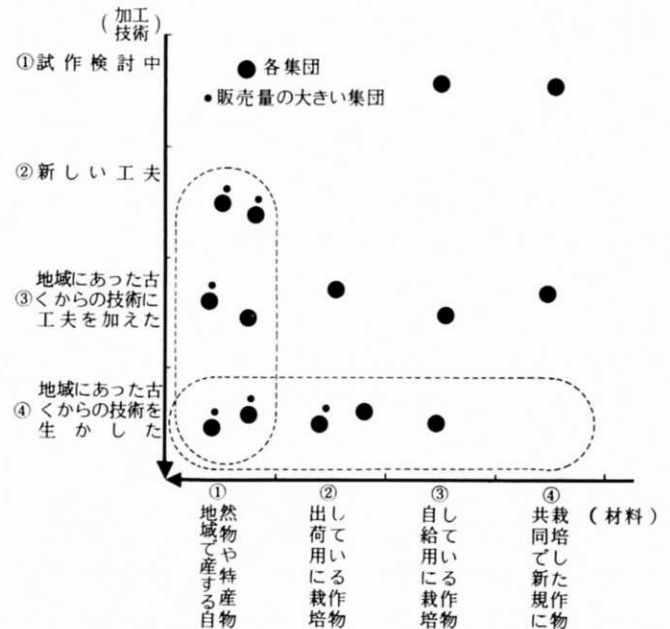


図4 加工品のとりあげ方(地域特性領域)

粗 利 益	自家 労 賃 費	農 産 物 の 材 料 費	資 材 経 費	販 売 経 費
14%	19%	45%	12%	10%
販売高 60万円				

図3 1戸当たり加工品販売高と経費内訳

注. 農家加工組合20集団の平均より

(3)地域特産開発活動としての加工： 14集団について加工品を取り上げる過程を図4に示した。材料、加工技術の双方若しくはいずれかで地域に根ざしたものを取り上げている集団が多く、しかもその場合は販売額も高い。したがって地域に根ざしたものを掘り起こすことであるが、新たに開発しようとする場合は、そこに地域に根ざす活動が伴わなければならないということになる。例えば、朝日村の月山ワインである。「ワイン祭り」、「ワイン文化の会」をおこし、暮らしにワインを染ませようと熱心である。農産加工は、単に「食品の味」から「地域の味」を育むことによって、地域文化を形成しうる重要な意義を持ち、村づくりの核として期待できるものである。

4 む す び

以上、農産加工は、その展開に当たって検討される課題も多いが、流通対策、畑作の振興、労働力の農業内燃焼、複合化の推進に込められているものである。また「食品の味」から「地域の味」、「地域生活の味」に導くならば、地域文化を形成する役割をも持つものである。また以前の活動が農村の経済的要求で、現金支出抑制といった指導機関からの動きであったのに対し、今日の農産加工は農家や農業自体からの要求であり、農業経営そのものに立脚しているといえる。言い換えれば、以前の農産加工は「守りの加工」であり、今日の農産加工は「攻めの加工」である。この「加工の攻め」とは、農家の農業に対する攻めであり、特産を育む農家の農村への攻めであり、消費者に良い物を提供するという農家の地域への攻めである。こうした農産加工にみられた「守り」から「攻め」への意識の変化は、農業経営や農家生活に対する意識の変化そのものであり、農業範囲を拡大し、農業依存を高め、農業・農家生活・農村活力を喚起するものである。