

〈論文〉

農村複合化とワイン事業
—— 富良野, 池田を事例として ——

進 藤 賢 一

- (1) はじめに
- (2) 地域主義と産業振興
- (3) 一村一品の意義と限界
- (4) 分析の課題
 - ① 農村複合化と地域の範囲
 - ② 地域賦存資源の内容
 - ③ 地域農業のなかでブドウ栽培の位置づけ
 - ④ 産業複合化の事業主体の問題
 - ⑤ 適性規模と独創性
 - ⑥ 1.5次産業と地域経済の振興
- (5) 大手企業規模の「十勝ワイン」
- (6) 等身大の規模を実現する「ふらのワイン」
- (7) 道内におけるワイン消費動向
- (8) 結びにかえて

(1) はじめに

第三次全国総合開発計画（以下三全総）が実施に移されてから、最早6か

年を経過している。工業開発中心主義の歪みをなおすべく地域格差是正を提起した全国総合開発計画、過疎過密対策をとりあげる一方で、中枢管理機能の大都市集中、通信網、交通網の整備などネットワークを新基軸とした工業分散化の新全国総合開発計画も、当初の目的を果たしえないまま、矛盾が拡大し、国民福祉の向上をうたい文句とした三全総の策定へと移行する。

三全総⁽¹⁾では定住圏構想を前面に打ち出し、環境の保全、住宅の整備、食糧資源の確保や大都市およびその周辺地域のみでなく、地方都市や農山漁村に及ぶ環境の総合的整備をも含めた広汎な再開発を提起したのである。

三全総をベースにした「北海道発展計画」⁽²⁾も、安定した生活と豊かな地域社会の創造をめざして、今後の新しい北海道の発展方向と生活福祉の充実、新しい精神風土の醸成、活力ある経済の実現をモットーに、さまざまな側面から充実した生活環境づくり、豊かさを高める産業づくり、地域の長期的発展の基礎づくりを策定し、北海道を4つの圏域にわけた地域別発展構想を推進すべく計画立案した。

確かに、これまでの工業優先、資源開発、交通・通信網の整備などに比べてみると、生産活動重視から、生活環境の整備へと重点が傾斜しており、目新しい課題への取組みがみられた。

ところで、これまで、国政のモデル地区として指定開発された地域をも含めて多くの矛盾が露呈して、そのフォロー・アップが思うにまかせない状況は、いぜん深刻である。農村地帯でモデル地区となって大型の公共投資がなされた秋田県の大潟村や根釧の新酪農村ですら崩壊の危機⁽³⁾にさらされているなかで、猫の目行政のあおりを受けている農山村では、今後どのような生産設計を組みたてたらよいのか、苦慮している地域が多い。地域農業のモノ

(1) 国土庁編『第3次全国総合開発計画』1977年11月、大蔵省印刷局。

(2) 北海道庁編『北海道発展計画』1977年2月、北海道庁。

(3) 農文協文化部編『モデル農業の崩壊』農文協編、1976年11月。

カルチュア化と近代化の波は、本来の伝統的農業を生かした複合経営への道へ進むことを困難にしているし、減速経済下での離農離村も思うにまかせない。ひところのような挙家離農や労働力の流出する条件すら都市域の雇用の縮小によってむずかしい事情にある。勿論、農山村にとっての人口流出は、それ自体が担い手層を失うことにつながり、好ましい状況でないことは自明の理であるが、八方ふさがりのなかで将来への展望を拓けないことは、こうした地域に定住する人々にとって尚更深刻かつ絶望的である。稲作の長期にわたる転作調整、過剰投資による負債圧、そのことからくる労働投下時間の増大などの問題が顕現化している地域も多く存在する。土地に縛りつけられたまま、身動きできない、自由のきかない状況のなかで、手足を動かさなければいけない、封建時代の百姓をみる思いすらそこにはある。林業地帯、漁村、そして鉱山地帯での集落・村落の崩壊もまた人々の生活権を奪う形で進行していることは周知の事実であろう。

先進国を中心とする海外諸国との貿易関係では、一見はなやかで有利にみえる日本の地位であるが、国内の諸環境は必ずしも、辻褄が合っていないどころか、むしろ苦渋に満ちている地域が多いのである。

こうした全般的状況のなかで、近年、国家財政の危機を背景にして、もはや中央が地方の面倒をみきれない、として責任の放棄とも思われる財政なき地域再建の道する喧伝される始末である。それぞれの地域住民の負担と先見性によって地域産業の振興の必要性を説かざるを得ないところまできているといっても過言ではない。

そうした動きに呼応している訳では必ずしもないが、各自治体や系統生産組織が、地域特産物づくりに取組み、自らマーケットを拡大して、付加価値をつけるための加工部門への進出をどう進めるのか、さまざまな試行錯誤が展開されはじめている。

農畜産物加工産業の誘致といってもままならず、また誘致企業自身が地域振興に積極的に開さくの道を拓くか、といえは必ずしもそうではない。むし

ろ、地域を壊して成長する産業になりかねない実績が現実のものとなってきた経過が教訓として残っている。手をこまねいてみても向う側から地域づくりの主体がやってくるような状況でもない。

地域住民が自らの創意と工夫によって地域に見合った産業を興し、生活に潤いを与えていかなければいけないとする自覚が各地域でほうふつと湧いていることも見落せない事象であろう。

そこで考えられてきているのが、地域にこれまで賦存している資源ないし、農畜産物を加工と結びつけて、付加価値を農業、農民サイドに吸収する産業おこしである。資本規模も大きいものは望めないし、技術や労働力の集積も大きいものにはならない。市場も一挙に拡大する訳にもいかない。おのずと限定された1.5次産業の規模であり、地域の個性と手づくりの商品、大量生産、大量販売方式では生れにくい安全な正直商品開発の道である。この面での試みは、各地域でなされており、一定の成果に到達している事例も散見できる。

こうした動きに後追いするかのように国土審議会調査部会産業専門委員会の発表した1982年の「中間報告」〈産業と地域、その動向と課題〉⁽⁴⁾は三全総のフォローアップ作業として「地域に根ざした産業複合体の形成」、特に①地域個性を掘りおこす地場産業の活性化、②高度なニーズをつくり出す新たなサービス産業の開発、③意欲的な農林水産業を核とする高付加価値産業の形成を既存産業分野の再設計として提言している。いわば産業コンプレックス化による地方産業デザイン開発推進模索の必要性を説いたのであった。

他方、北海道では横路知事が、選挙公約の一村一品運動を、大分県平松知事の先駆的経験を生かしてムラおこし、マチおこし運動として提起し、一定の成果をあげつ、あることも事実であろう。

本稿では、地域主義の展開と一村一品の意義と限界についてふれ、農村複

(4) 国土審議会調査部会『産業専門委員会中間報告』1982年5月、p.50。

合化に向けてのさまざまな取り組みについての問題点を洗い出し、その方向性を見究めるとともに、第1次産品の地域特産物を加工に結びつけて付加価値を高め、一定の市場に供給して地域経済の活性化をはかっている事例として、池田町と富良野市のワイン醸造業を取りあげる。

道内における同様の実践例は、ほかにもあるが、自治体が経営主体となり地域興しの一環として乗り出している新しい地域産業であること、原料の生産と供給、製品化の過程、市場の確保や拡大面でのユニークさが認められること、雇用機会の保障、生産規模、今後の展望や理念に関しても、両自治体に相違があること、等々の点で分析に値する事例であろうと思われる。地域社会の活性化の面からもジョイント商品の製品化やイメージ商品、イベント演出、地元への還元方式など参考になろう。

(2) 地域主義と産業振興

1970年代になって玉野井芳郎⁽⁵⁾ 杉岡碩夫⁽⁶⁾ 清成忠男⁽⁷⁾らによって華々しく登場した「地域主義」や「地方の時代」の議論も、近年急速に影をひそめている。議論そのものが鳴りをひそめた背景については、地域問題研究会の批判⁽⁸⁾が当を得ているとはいえ、もう一つしゃくぜんとしがないものがある。

研究会の批判は、1つに、1979年春の統一地方選挙で、大平正芳の提起した「田園都市構想」と三全総の「定住構想」が結びつけられ、選挙スローガンの柱としてマスコミに登場したこと、2つに、「地域主義」「地方の時代」論が、その本質において地域問題を解決するための住民による実践を主導す

(5) 玉野井芳郎。『地域主義の思想』農文協、1979年12月。

(6) 杉岡碩夫『地域主義のすゝめ』東経選書、1979年6月。

(7) 清成忠男『地域主義の時代』東経選書、1980年4月。

(8) 地域問題研究会編『地域の社会・経済構造』1982年5月、大明堂、p.11。

る理論ではなく、単なる「啓蒙的時論」にすぎなかったからだ、と指摘する。

そして、“中央集権的行政システムから地方分権的行政システムへの移行は、政治的な権力構造の改革なしに可能なことなのだろうか”〈点筆者〉として、地域主義論が、こうした問いに答えていない、と批判する。

つまり、「地域主義論」登場の背景をみると、そこに地域の現状、地域住民に根ざした必然性を見い出せないと結んでいる。

確かに、三全総そのものは、列島改造思想に貫かれた中央（独占資本）の地域支配であることは十二分に理解できるところであるが清成や杉岡、玉野井の著作をみると、地域の具体的実践例が多く紹介されており、中央集権的な開発政策、国家行政機能が浸透している諸地域において、所与の環境条件に見合った地域産業、地場産業確立の動きが、住民運動として展開されていることに対する意義が述べられている。

中央の一方的な近代化政策が、地方の個性豊かな産業や文化を押し潰してきた経過は認めつつも、地方は地方として可能な範囲で、特産物づくりにアプローチし、製品の生産と販売に努力して一定の成果を生んでいるのも事実であり、こうした地域住民の自発的で創意ある地域産業や地域文化づくりが、地域の活性化をはかり、中央中心の経済社会機構の支配矛盾に気づかせる運動へと発展するのではないだろうか。政治的権力構造の変革の視角や理論が欠落してはならないとの認識もさることながら、まずはどのようにして、地域のまとまりある発展が期待できるのか、に対する実践的取組みが最優先されなければならない。その結果として、地域主義、地方の時代への接近が可能になる、と思われる。

政治的権力構造の変革は、いわば革命であり、革命への道筋を示すことなしに、地域づくり運動に取り組んでも意味がないとする考え方には飛躍があり、そのこと自体、地域の地道な産業おこしの運動なしで、また、文化振興や医療活動、そうした過程を通じてのさまざまな運動母体の組織化による地域矛盾の発生原点に対する構造的背景に気付かせ、広い視野での分析が地域内部

で進行しない限り、政的権力の変革を掲げても現実的課題にはなりえないのである。いわば抽象的ものから具体的なものへの「上向過程だけでなく、具体的なものから抽象的なものへの下向過程も合わせて統一しないと真の地域づくりにはなりにくい、という側面がある。

本稿では、むしろ、これまで地域に育まれてきた技術や風土、資源などの伝統的遺産を継承しながら、それぞれの風土や環境に見合った、創造的な地域づくりのために、既に賦存する資源（農畜産物をも含めた広義の意味）を活用して、または、加工のための原料資源を地域の諸条件に照して、どのように産業軌道に乗せていくのか、その実例を通して地域づくりの方法や方向を考察してみたいのである。上から支えられた、ぶらさがり型の地域振興ではなくして、住民主体の地域産業振興・創出の道はなんなのか、を模索することを考えるべきである。そして巨大企業による地域支配の論理と結びついた社会経済の運営システムや誘致企業の閉鎖的で地域疎外的な利潤追求論理に対し、地域住民がじかにこれを監視し、誘導するリーダーシップを握りながら、そうした企業のもつ矛盾した運営論理を住民の手で少しずつでも改革していく方法論と実践力を有して地方自治、地方分権の道筋をつけていく、といった積極的対応も期待されている。自らの手で地域産業の再編発展の途をきり拓くとともに地域に根ざして伝統的に培われた地域産業や地場産業、そして新しく導入されてきている企業および、今後誘致する企業へのかかわりは、住民的論理、つまり、地域社会の産業的、文化的発展の方向で進めることは言うに及ばない。そのことは、とりもなおさず、今日の地方自治の貧困が、権力の中央過集中の裏側で派生していることへの自覚と認識を呼びおこすことになり、中枢管理体制への警鐘にも繋っていくものと思われる。

特に、第1次産業の卓越する地域では、財界主導の近代化政策の展開によって差別的な地域の再編成が進み、農地と農民意識の荒廃が目立ち、国土の食糧自給への道が著るしく後退し、農民の差別分断も進行した。国土の有効利用視点からしても優良農地の壊廃と、不良耕地、低生産力地帯の増大が目立

ち、農業担い手層の喪失、兼業化の進行によって農業地域のまとまりある発展が阻害されてきたばかりか、都会への出稼層の帰還によって農村労働力の肉体的、精神的消耗と、文化的退廃の雰囲気はムラの各地に広がっている。

EC諸国や新大陸諸地域の農業と競争しうる農業近代化への道が喧伝されながらも、他方では輸入農産物が増大し食糧自給率の低下を必然的なものとして、自立経営への道を閉す結果を招いている、といった諸矛盾が露呈した。

このような国内環境のもとでは、地域社会の生産、生活維持機能は低下せざるを得ず、コミュニティとしての存立基盤を危うくする状況を招きかねない。

狭小国土でありながら、激しい人口流動に伴う過疎、過密地帯の分極化は、国土の均衡ある利用を崩し、国民経済視点からみても覆いようのない非効率的利用の結果を招来したことは陽の目をみるより明らかだ。

こうした状況が展開されるなかで、特に農外や地域外からの取奪度が高くなっている農畜産物をはじめとする各種第1次産品の加工、消流の側面で、その工程、はざまに生ずる付加価値を地域社会に還元するための産直運動や農村複合化(コンプレックス)への試み、い、かえれば、複合化によって「遊休労働の活用」「地域雇用の創出」「地域賦存資源の積極的利用による1.5次産業おこし」への試みが、地域経済の内包的拡大に極めて有効な作用をするものと思われ、そうした試行の軌跡を洗い出すことによって、今後への地域経済振興の目鼻がつくものと期待されている。

近年よく使われている1.5次産業とは、第1次産業産品を地域産業規模で加工する、つまり、自治体か、農協(単協)やムラの、生産組織規模で加工、消流する農産加工業を指している。正確には第2次産業になる訳だが、いわゆる「2次産業」となると資本投下額、施設、技術など比較的大がかりなものになるとして区別して使用しているのである。

清成⁽⁹⁾によると、原料地元供給で地産地消規模は地域産業、生産はムラで行

(9) 清成忠昭、森戸哲『地域社会と地場産業』日本経済評論社、1980年9月。

うが、消流となると全国・海外市場向けとするものを地場産業、原料も全国、あるいは国際的に供給し、大規模資本で産出した商品を国内、国際市場向けの産業を巨大産業と分類するが、さしづめこのわけ方でゆけば、1.5次産業は、地域産業の枠に該当しよう。

この小規模な生産形態であれば、画一商品の大量生産時代にあって、新しい消費者のニーズにも適応する製品の製造が可能となる。「ふるさとの味」「手づくりの逸品」「手弁当、等身大の規模」「郷土特産物」「正直食品」など、大量生産、大量販売規模ではできない地域の個性を生かした手づくり製品の創造が可能になる。

農村の複合化は、こうした1.5次産業おこしを通じて付加価値を地域に還元し、所得を増大させて地域に活力を与え、産業、文化両面で地域振興を進めていくための組織化といってい、であろう。

(3) 一村一品の意義と限界

横路知事が選挙公約の一つに掲げた一村一品運動は、地域経済の停滞現状に鑑み、地域の経済的、文化的活性化に向けて地域住民の発意を高揚させようとしたものであったが、これはもともと知事のオリジナルな発想というものではない。大分県の平松知事が既に十数年来実施して成果をあげていることに一定の自信を与えられたものであり、これまでの「どさんこ産業」をさらに充実発展させる道筋をつける意図が内在しているのだが、一種の精神運動の強化でもある。

明治期以後、官依存体質のもとに北海道産業の育成が進められてきているので、地域住民の、おらが村の名産品づくりにも、補助金や制度融資なしにおぼつかない、とする意識を変えて、少しでもよいから自前で地域産業の育成にとり組む姿勢や心構えが欲しいと強調しているのであり、そのための資金づくりに関してもお、かた自賄いを前提とすべきだ、と主張する。大分県

との決定的違いは、これまでおかれてきた歴史的環境条件の問題である。大分県は、北海道と違って第1次産業自体が零細なうえに、政府の資金援助や融資にも乏しく、地域の基礎産業は崩壊の瀬戸際にたたされていた。加えて地形が複雑で集落が地形障壁に分断されて連繋がとれないほか、藩政時代から地域間対立があって相互にいがみ合う存在であった。平松知事は、この排他的な郷土意識を逆手にとり競争の論理に転換して一村一品運動を高揚させ、成功をおさめたのである。これを「逆転の発想」であった。

北海道の場合は、寒冷地産業を主体とした1次産業は政府依存体質のなかで開花し、当初から商品性の高い農業を展開することになるが、第1次製品の加工、流通過程では、多くの関連資本が介在し、付加価値を横領・収奪する形で進んだ。地域住民間の対立というようなものは少なく、むしろこうした資本との対立、対決の思想がはぐくまれた経緯がある。官主導といっても、結局のところ搾取の対象は農民であったとする自覚であるが、それも第2次大戦後になると次第に薄らいでいく。特に高度経済成長以後は、多くの下層農民の流出もあって、農民運動は低迷、停滞するのである。地域に活力がなくなり、文化的な退廃も深刻さを増してくる。出稼など地域外で働くことは、一定の収入を得ることはできても、慢性的身体疲労を蓄積し、地域の担い手層としての自覚や信条を失わせがちとなる。そうした実態をどう克服するのか、その1つの提言が「一村一品」運動であったと思われる。

この運動の意図と主旨を北海道審議室の金子佳弘⁽¹⁰⁾は次のように述べている。

一村一品にこだわらず、五村一品とか、一支庁一品など広域的に考える、つまり、地域を単一の行政体とせず、様々な要因を組み合わせた広域的な経済圏や生産組織などを設定してもよい、との発想である。また「この運動は、

(10) 金子佳弘『道政の科学』「一村一品と付加価値生産」第11号、1984年1月、道政調査会、p.2。

人をあてにしない、補助金をあてにしない、あきらめない、の三ナイ活動」であり、「多くの人々の知恵を集め、自分の町からテーマと材料を発見し、議論して人材の発掘と育成に結びつける」「雇用の場を保障し、都市的な生活の質を約束する、つまり地域に安心感、平穏感を生み出す」「運動の範囲も鳥瞰的にならず、虫瞰的視点を重視し、競争と参加、そして主体性をもった町づくりを推進する」として、新規雇用を創出するだけでなく生活環境の改善をも含めて地域住民の主体性を掘りおこすとともに、従来軽視しがちであった、小さいもの、狭い範囲でできるものの発掘をも課題に据えている。そして「産品開発では、希少性を重んじ、販売面でも特定の需要層にねらいをしばり、所得の域外からの獲得と、同時に域外への所得の流出防止、場合によっては売らないマーケティングが必要、製品に対する共有意識の醸成も必要」として、既に道内でも実践段階で一定の成果を収めている“ふらのワイン”や“焼酎きよさと”などを念頭に置いた内容をモデルにした、手づくり商品、等身大の規模、域内市場中心、希少性、郷土で愛される商品、等々農村複合化を前提とした場合、予想される1.5次産業を想定した提言とも受けとれる内容になっている。

こうした方向性そのものは、マスプロによる画一商品の洪水に飽きた、いわば“飽食の時代”に消費者のニーズを満たすものとして歓迎される運動であり、時流に乗った感もないわけではないが、好感がもてる。

だが、現実的にみると、いくつかの問題と限界が内包されており、そうした諸矛盾に対する一定の解決策なしには、単なるお題目に終る危険性がない訳ではない。

第一に、主として第1次産業をベースにした加工業について道内の各地方自治体や少々広域的経済圏で考えてみた場合、これまでさまざまな試行錯誤が繰り返され、一定の到達点に達しながらも財政上、運営上、市場対策上、雇用労働力の面などで崩壊の危機に直面した産業に目を向けてみなければならない。これまで道内の各市町村自治体や農協が企画し、自らが地場資源を

活用しての産業おこし、または誘致した企業など数多く存在する。ワイン、食用油、スモークチキン、チルドビーフ、漬物、山菜加工、水産物の甘露煮、粕漬、燻製、フレンチフライやポテトチップ、ようかん、でんぷん、ジャム、チーズ、ジュース、その他木製品加工、畜産物加工、海産物加工など地元賦存資源の加工に対するさまざまな試みがなされているのである。そのなかには既に倒産しているもの、経営的に行き詰っているものも少なくない。そうした過去の経過を一応洗い直して、原因の追求を行うことなしに、新しい地域産業がうまくいくとは思われない。細かい部面に渡っての点検が重視されるのである。

第二に、地域資源活用型産業としての加工業といえども、地域資源をどう発掘し、どう定着化させるか、の問題がある。原料資源の安定的供給こそが、第1次産品の加工に重要な要件となる。しかも、一定の価格で、良質のものが準備されなければならない。農畜産物のはねもの、規格外品利用となれば、残滓物の有効利用はできても、製品の質を低下しかねない。良品質の原料を生産するとなればコストの面で採算割れする可能性がでてくる。製品化をどのような消費者のニーズに適用させるのか、しばらくこんで選択する必要がある。ともあれ、農畜産、水産の第1次産業面での産業振興の道がはっきり示され、その路線で基盤を確固としておく必要もあろう。

農畜産物加工が、スタート時点で、余乳対策であったり、はねもの、残滓物処理としてはじめられるケースは多いのだが、消流との関係から、個性ある地域特産物になりうるかどうか、むずかしい問題を含んでいる。

第三は、これから新規にはじめる場合の問題点である。

地方自治体が主体的にかかわる場合には、民間企業に比べて技術力、販売力において劣り、経営能力そのものにも企業戦略のもつ陣容をそなえているとは必ずしもい、難い現実がある。製品の差別化に成功することも至難である。反巨大主義を掲げ、自然、安全、個性ある製品の加工をローカルコミュニティを巻込んで進めるにしても、産地間競争や販売対策のうえで、既製の

流通ルートとの衝突も十二分に考えられる。担い手層をどう育成、発掘するか、人的資源のほりおこしや確保にも課題は残る。単なる地域雇用の創出で間に合う問題ではなさそうだ。効率追求の論理である産業主義を排除して、生活の論理を貫く地域主義をかかげても、一定の企業的性格は兼ねそなえなければならない。そうした悩みをどう克服して地域産業、地場産業を確立するか、周到な企画性にもとづく実践が要求されるところである。

(4) 分析の課題

① 農村複合化と地域の範囲

農村複合化に関しては、農業研究センターの高橋正郎氏⁽¹⁾の次の記述が参考になる。

「複合化といえば、今までわれわれは、経営複合化ならびに、地域複合化という用語は使ってきた。この2つは学問的にも定義づけられ、それぞれ固有の意味内容をもつものとして市民権を得ているが、こゝでいう農村複合化は、いまだ明確な定義も与えられていない」として、1982年秋全中の開発調査室が、事業計画の1つに「農村複合化対策の検討」を掲げたのが嚆矢ではないかとしている。

この計画書は、「農家の就業確保と拡大をはかるため、域内流通をめざした農産加工(1.5次産業)の育成、伝統工芸品等の地場産業の育成、地域農業の振興と結びついた農村工業の導入等の方策について検討する」ことがねらいである。

そして高橋氏の説明によれば、「農村複合化は、二種以上の産業部門、すなわち農林業である第1次産業と、農産加工や誘致工場などの第2次産業、観

(1) 高橋正郎「今、なぜ農村複合化なのか」—その背景と意義—『農業協同組合』1983. 9月号, p.31.

光などの第3次産業とが地域内で結びつき、地域を単位にまとまりをもった連合体をつくることである」と定義づける。

用語として使われてはいないが、農業白書⁽²⁾で述べている内容もこれによく似ている。「近年、農協における加工事業の推進等、農林産物の高付加価値化の取組が各地でみられ、農畜産物の加工品、木材加工品等の生産活動がすくみつきある。これは、地域に根ざした手づくりの産業複合体ともいうべきものであり、地域の労働力の質と量に応じてその有効化を図りうること、品目の取りあげ方によっては農家の経験を生かし、生産活動の喜びと住民の心のふれ合いの場となりうること、食品加工については、地域性に富んだ食品を供給できるとする利点がある」とし、更に「こうした生産活動は、農村という地域特性の生かしたものであり、農林業内部での就業の場を拡大していくことにもなる。…中略、また付加価値化の取組には、経営管理能力、商品開発力、販売力が必要とされるが、今後、地域における所得と就業機会の確保、拡大のため農林産物を活用した加工産業の発展が期待される」とある。

要するに、手づくりの産業複合化による付加価値生産、地域特性をいかした加工事業、そのためのノウ・ハウ、就業の拡大が望まれるわけであるから、い、かえれば、伊藤喜栄氏⁽³⁾の「産業コンプレックス」のコンセプトそのものなのである。その点は拙稿⁽⁴⁾でも若干ふれているが「地域賦存資源を活用して、技術、人材、組織、資金を投入、高付加価値産業をおこし、地域性を再創造して、ハイ・ライフスタイルを実現」することが含まれている。

さて、地域に根ざした、手づくりの産業複合体の形成となれば、そこには

(2) 農村統計協会「地域社会の形成と農業・農村」『昭和57年度農業白書』p.46。

(3) 伊藤喜栄「産業コンプレックスのコンセプト」『農林水産業を核とした「産業コンプレックス」育成のための基礎条件調査』地域開発研究所，昭和57年3月，p.24。

(4) 進藤賢一「産業コンプレックス事例分析」『札幌大学教養部紀要』No.21，昭和57年9月，p.29。

おのずと限界があり、規模と地域住民のかかわり方の問題がでてくる。

「第2次産業ではなく、1.5次産業の範囲が想定される」これは大分県の一村一品運動のなかで使われている言葉であるが、「2次産業になると、相当な資本を投下して、立派な施設、立派な陣営を整えていかなければならない。しかし、農村で農産加工をやる場合、1.5ぐらいのところで、いわゆる手づくりを志向した方がいいのではないか」⁽⁵⁾「今やろうとする1.5次産業というのは、2次産業までいったら、大企業にまかせたらよい、大量生産、大量販売は2次産業である。1.5次産業はローカル商品であり、特色のあるもの、質のいいものを少し造って、その地方の特産物にする、ところに意義があるのではないか」⁽⁶⁾と述べられているように、明瞭な定義ではない。従ってマクロ的にみれば、「手づくりの特産品」、「住民の創意と工夫、選択による加工場建設」、「手弁当でやる等身大の規模」、「地産地消のたてまえ」、「企業のやれないことを実現する、例えば原料を高く買い入れるための最低価格保障に結びついた栽培の契約化、加工、販売も住民の合意で」、「はねもの、規格外品の有効利用」など理念化された考え方にたって、地域産業おこしをすゝめ、付加価値を地域に還元するとともに、高齢化する労働力の活用、不安定就業層や出稼労働力の地域内での雇用を拡大するとした1.5次産業とみてよい。

1.5次産業おこしの背景には、消費動向の変化への対応が当然のこととして存在している。

農産物の過剰基調と消費者の飽食の時代にあって、規格化された商品の大量生産、販売洪水のなかで、人々は、希少価値、手づくり商品、安全食品などの地域特産物の個性を重んじ、尊ぶ時流になってきたことである。これま

(5) 平乙温「農林業を核とした産業複合体づくりをどうすゝめるか」『農業協同組合』座談会、昭和58年9月号、p.15。

(6) 津田光陽「農産加工をいかにすゝめるか」『北方農業』北海道農業会議、昭和58年10月号、p.20。

でかえりみられなかった賦存資源の有効利用や、特産物づくりのための土地利用、原料農産物の発掘が重要性を帯びていることはいうに及ばない。そして地域の物的基盤にのった1.5次産業がやがて、地域経済を上向発展させる精神的支柱になっていくことにも期待をしたいのである。

次に地域の範囲をどう設定するか、の問題がある。

横路知事が就任後、打ち出した“一村一品”による地域の活性化は、狭い行政体を単位とした運動である。つまり、自治体機能を有機的に結びつけて、特産物づくりを推進することに主眼がおかれている。事業主体を自治体ないし、農協において、その行政組織を通じて運動をすすめることは、複合組織で行うよりも便利であり、効率的であるとの考え方にたっている。行政地域は、勿論、地域の単位になりうるが、経済地域となれば、行政地域を超えた圏域を指す場合もあれば、もって狭い場合もあり、指標をどうとるかによっておのずと限定されてくる。黒柳俊雄氏⁽⁷⁾が指摘するように「多村一品」がありうるのではないか、というのは当を得ている。事業主体が町域や農協圏を超えて連合会レベルで行う事業、ないし、県、地方自治体、農協などが「第3セクター」方式をつくって地域特産物を生産、加工、流通するなどである。

2～3の事例を紹介しよう。

士幌の「合理化澱粉工場」は、士幌農協が主体に事業運営をしているが、実際には周辺5農協に集荷圏を有し、5農協の意向も聞きながら澱粉、フレンチフライ、ポテトチップスの製造を行っているが、後2品目に関してはカルビー製菓に販売を委ねる形をとっている。

岩手県大迫町の「エーデルワイン」は、当初、製造技術、販売網の欠除、そして醸造免許取得で活路をみい出せない等のネックを解消するために町長が全面的にサントリーKKにそれらの部門を委託する方向でワイン製造に乗

(7) 黒柳俊雄「北海道農経学会」第66回例会、シンポジウムでの発言、コメンテーター要旨。

り出したが失敗し、12年後には4農協、10市町村、県、経済連などの出資で「第3セクター」をつくり新会社のもとに再生した。その結果、経営が軌道にのり、昭和57年には売りあげ1億2,400万円、純利320万円を計上するようになったのである。

もう1つ。系統農協が共同して、あるいは連合会が主体となり、資本、技術、人材の優れた部分を投入、巨大企業なみのスケールで食品加工にのり出したものに「北海道農協乳業」がある。

北農乳十勝工場は、会社を設立した昭和42年、設立に加わった十勝地方の8農協が、全乳量を雪印、森永、明治の乳業御三家から切り離して農民工場に送乳、その後新たに4農協が加わって全量を送乳、続いて2農協が一部の牛乳を供給するなど14農協の結束した力で十勝における生乳生産の50%に当る268,000tの配乳を受ける結果となった。この背後には、不足払い制度以後、道内唯一の配乳権をもつ指定団体、ホクレンの力が及んでいたことはいうまでもない。そして、徹底した企業合理化と技術革新により、従業員1人当りの生産額を1.5億円として、雪印などの3倍の効率生産を実現し、独占乳業の一部工場を閉鎖に追いこむなどして、堂々と4大乳業の仲間入りをしたのである。北農乳は、十勝の広域的な地域酪農そのものを包摂する原料基盤に立脚した加工業となり、3大乳業独占と競合してなお有利に市場戦略をすすめ得る地位に躍進しつつある。他方では、大手乳業メーカーとの対抗関係を保ちながら、乳価闘争や、酪農業の育成を農民サイドで展開する素地をもったといえる。

だが、こうしたレベルになると、もはや1.5次産業というスケールではない。農産物加工とはいえ、第2次産業そのものであり、ホクレンビート工場も、同様の性格をもつものと位置づけられよう。

「多村一品」は、北農乳のような巨大化、企業化の方向を辿らないにしても、地域賦存資源の分布の範囲に規定されてできるものであり、そこには複数の自治体や農協の結束した力と相互理解が不可欠の要因となってくる。

しかし、一般的には、あえて広域的な範囲設定をせず、運動の母体になり易い自治体レベルでの特産物づくり、付加価値生産に向うのが、出発点からすれば妥当性があるものと考えられる。

従って、現実的に多村一品の場合には、せいぜい1桁台の自治体(市町村)ないし、単位農協一場合によっては県や県経済連などを含む第3セクター方式もある一か合同で、一つの農産物を単一加工ないし複数品目加工する程度の範囲が地域の範囲ととしては適当するであろう。行政単位を超えて、あるいは行政単位を割っての地域経済圏のような形で、農産加工の主体ができあがることは非常にむずかしい。それは、むしろ営利企業が、原料の集荷圏や製品の販売を行うときに考えられる圏域であろう。アスパラガス、スイートコーン、グリーンピース等々の農産加工業は、原料供給において契約栽培地域を設定し、原料の排他的独占集荷体制をとるし、食肉鶏や養豚などにみられるインテグレーター契約飼育も同様の集荷圏を有し、行政圏に拘束されにくい。自治体が主導する地域原料加工の1.5次産業には、地域の範囲はおのずと限定されたものといえよう。

② 地域賦存資源の内容

地域資源を活用した産業を農産物原料で考える場合、鉱産、林産、水産資源やその副産物のように、既に賦存しているものは少なく食糧として、加工原料として第1次産業化している方が多いのである。他方では、特色ある加工製品をつくり出すために、新たに栽培しなければならないものすらあり、資源創出の問題としてクローズアップせざるをえない。

ワイン事業の原料は、ブドウであり、既成の生食用ブドウ産地に立地する多くの加工場(山梨県だけでも67工場が、製造、販売、観光を行っているが、これは大半が生食用ブドウの原料化である)と、ワイン生産のために、原料用ブドウを栽培しなければならない場合があり北海道では、後者の事例が多い。

池田町の「十勝ワイン」や富良野市の「ふらのワイン」の原料に関していえば、池田には山ブドウのアムレンシスやココアニティが自生していた、富良野には戦前から生食用ブドウの栽培が行われていた、このことがワイン原料のブドウ栽培に動機と自信を与え、池田では、この野生種を改良した「清見1号」を主要原料ブドウとして栽培したし、富良野ではワイン専用種のセーベル系2種の栽培によってワイン生産にのり出す方向を辿り、ともに原料生産と製品製造を同時平行的にすすめているが、「余市ワイン」のように、これまでの生食用ブドウ産地に立地して、生食用ブドウのほか規格外品や需給バランスの崩れたときの原料化買い、とは基本的に異っている。

従って、富良野や池田は、ブドウ栽培を農業振興策として自治体の行政枠のなかで指導、助成を行いつつ、他方では、相対的に高価な原料買いを余儀なくされる状況にある。ところが、周知のように、池田の十勝ワインは地元の原料ブドウ生産が追いつかないほどにワイン生産規模が拡大し、原料と製品生産に大きな跛行性を生ずることになる。逆からみれば、自治体財政を潤おし、町の活性化をはかるためには市場拡大が不可避であるとして、市場戦略を先行させて、それに繋いで生産体制を実現する道筋を辿ったのである。だから、原料の域外調達も増加し、地域賦存資源の活用ないし、地域資源の育成との間にバランスを欠く結果を招来せざるを得ない状況が生れた。

しかし、製品の差別化に成功し、十勝のイメージを印象づけ、ワインブームにのせて、今日17億円産業に仕立てあげ、大手ワイン製造業界なみの規模を実現したことは、地元の商工業を通じての産業複合体の形成によるジョイント商品の生産販売、観光客の呼びこみ、雇用の拡大に、それなりに寄与する内容となっている。

残る問題は、いかに地域資源を育て、活用したワイン事業にもどすのか、そのための地域農業の再編と定着をいつの段階にむけて進めるのか、といった課題を残す結果となったのである。

ふらのワインに関する原料資源はどうか。富良野盆地に、戦前から生食用

ブドウ栽培が行われていたのは先述したが、この経験が原料ブドウ栽培への動機と教訓を与えたことはいうまでもない。富良野市は、昭和47年、ブドウ果樹研究所を設立すると同時に、南扇山にブドウ栽培試験地を設置し、同年中に栽培試験地で生産された「ブドウ」でワインを仕込んだ。特に、果樹農業振興特別措置法（果振法）の適用と、道立中央農試委託試験地を同市内山部町に併設して、中央農試と一体化しての試験栽培で、セイベル13053(赤用)と5279(白用)を専用種として固定した。以後、原料ブドウの地元供給とワイン製造が平行して進められ、等身大の1.5次産業規模を確保しながら産業複合体を形成する努力を積み重ねている。

富良野市のワインに関する考え方は、原料の地域外供給とか、製品の全国市場化は考えない、いわば、地産地消を基礎とし、それを逸脱しない規模を実現するところに特徴がある。

富良野市ブドウ果樹研究所の津田前所長は、「1.5次産業は、ローカル商品であり、特色のあるもの、質のいいものを少しつくって、その地方の特産物にする」といって、限定生産、限定販売を基調とした地域産業の育成をめざしている。

原料ブドウ供給と製品販売市場に対する考え方は、池田と富良野の間で大きく相違しているが、原料の地元完全自給が望ましいとする視角では共通している。

池田の十勝ワインは、原料ブドウの完全自給を達成するためには、あと20年ほどの時間的経過はやむを得ない、とその難かしさを強調し、それまでは原料の域外供給によってでもワイン製造量そのものを伸ばして、町財政を潤す必要があるとしているのである。つまり、町の収入増、町民の活性化のためには、自治体企業のスケールを大きくし、関連産業部門、ジョイント商品の育成をはかり第1次から第3次までの産業を結びつけた地域複合体の形成をめざすことであり、当面、原料問題であれこれいわない、とする姿勢である。

ところが、富良野ワインは、あくまでもセイベル系原料ブドウの栽培量が、ワイン生産を規定し、規模は、地域産業のなかに等身大と位置づけ、手づくり商品をつくるという発想である。背伸びしない規模、地域農業の耕境拡大と経営の多角化に位置づけられるブドウ栽培として、農業振興の一環を荷うことになっている。池田と富良野の考え方の違いは、極めて重要であり、今後、地方自治体がおこなおうとする付加価値産業に、一定の教訓を与えることになろう。

③ 地域農業のなかでのブドウ栽培の位置づけ

北海道の代表的な原料農産物加工事業に、乳業、製糖、澱粉加工があり、これまで農外の独占的企業の草刈場的存在であったものが、連合会や複数の単協がなかに割って入る形で、「付加価値を農民サイドへ」の実験が進みつつある。北農乳やホクレンビート工場、そして各地で行われている合理化澱粉工場がこれであろう。こうした農産物加工業の実態をみると、原料基盤が幅広く存在し、加工資本や連合会事業が地域農業そのものを包摂するに等しい規模を実現している。ところが、アスパラガス、スウィートコーン、グリーンピースなどのマイナークロップ部門は、原料生産量が限定されており、地域農業の根幹をなす栽培、生産割合になっていない。

池田の十勝ワインに関してみれば、原料ブドウ栽培農家は33戸、栽培面積は20haで、契約農家の生産量は134tにすぎない。これは、池田町の総農家数671戸の5%、総耕地7,400haの0.3%にしかならないのである。(町直営農場120haを加えても1.6%、生産量340t)、これでは、原料供給が十勝ワイン醸造量の3分の1も満たせない状況である。

富良野についても同様のことがいえる。原料ブドウ栽培農家は50戸、面積34ha、これに直営9haを含めてのブドウ生産量は300tである。この数字はワイン生産220klに必要な原料としては十分であるが、富良野市農業のなかでの位置づけとなると微小なものでしかない。従って生食用ブドウ産地で、

規格外品や余剰品を原料とする山梨県甲府盆地や余市に立地するワイン醸造企業とは、原料基盤がおのずと違って来る。

そこで、本来、ブドウ栽培には好適な自然条件を有していない地域で、栽培契約農家を育成していくためには、それなりの条件が必要になってくる。それは未結果期間の補助金支給と原料ブドウの高価買いあげの保証であろう。

池田は、10 a 当り 5.5 万円を 3 か年補助し、原料ブドウの買い上げは 180 円 (kg)、富良野は、10 a 当り、初年度 6.5 万円 (これには支柱、棚代補助 3 万が含まれる)、2～3 年次は各 3.5 万円の補助を行い、原料ブドウの買い上げが 180～200 円 (kg) である。この買い上げ価格は、生食用ハネもの買い価格の 2～3 倍に達する。その他、防除 (5 回以上) や除草、間作物など多面的な指導も行わなければならない。ブドウの栽培技術は、道央、道東のような寒冷地では難しい点が多く、10 a 当りの反収も 1 t を目標にしながらも、実際には 0.5～1.5 t と大きくゆれ動く。特に、霜、低温、長雨での減収は著しいし、冬期間の剪定、枝芽の土中埋没、春先掘おこしの作業は、生食ブドウ栽培地域にはないもので、戸当り栽培面積の限界をおのずと狭いものとしている。富良野の戸当り平均は 0.7 ha (大 2 ha, 小 10 a)、池田では 0.6 ha (大 5 ha, 小 10 a) である。

秋口の剪定、土中埋没作業は 1 人 1 日 10 a が限度で、10 a 当り 27 万円前後の粗収益になるにしても、手間からいって、採算割れするとの見方が強い。専用ブドウ用の棚には、生食用のものとは異なり、マル太を柱に、横に 4 本の 5 番線を張る程度のものであるが、マル太、針金、苗代含め、10 a 当り 12 万円の施設代がかかる。から松を使うと耐用年数は 20 年ほどであり、コンクリート柱のようなわけにはいかない。施設は、生食用棚の 40 万円に比べて格安であるが、土盛、埋没作業のコスト分をどうはぶくか、技術改良、品種改良の余地はまだある。これは池田の場合である。

さて、地域農業とのかかわりにもどきたい。

ブドウ栽培に関して、栽培戸数、面積が狭小だからといって地域農業とのかかわりが少ないとはいえない。

池田の農業は、一口に言って、豆類、麦類、甜菜、馬鈴薯と飼料作物が土地利用の根幹をなし、酪農と肉牛を導入した地域複合を指向する自治体である。特に3,600頭の肉牛はワイン産業と深く結びついている。町営のレストランではワインと牛肉消費を結びつけた商法を展開しているし、屠場と結びついたミートバンクがあり、町民の牛肉消費をすすめている。他方では、誘致による民間の十勝食肉(オーケー)KKがチルドビーフを製造し、ワインのイメージにのせての販売体制を敷いている。池田の農業振興計画には、地域農業の複合化をはっきりと打ち出し、昭和64年をメドに、畑作で小麦、大豆、馬鈴薯の増産、畜産では肉牛部門を強化して厩堆肥の大地還元型有機質農業をすすめているし、ブドウ栽培でも、ワイン原料の完全地元供給をめざして、戸数82戸(現在の約3倍)、栽培面積124ha(約6倍)とすると唱っている。ワイン事業のなかに、原料供給基盤を含めての農業振興をおいている点は、自治体として避けて通れない道でもあろう。だが、ここで重要なことは、昭和64年段階でもなおかつ1,000tほどの原料ブドウの生産に達するのみで、現在のワイン製造量に必要な1,600tにも遠く及ばない悩みがある。

富良野農業についてみるとどうか。

富良野の宿命は、経営耕地が零細で、戸当り平均6.5haと池田の半分、全道平均にもはるかに及ばないことである。そして、盆地底の低台の沖積地は、豊穰肥沃で、稲作、畑作にも好適であるが、周辺の火山山麓、山部や東山の山間地や傾斜地は、石礫地が多く、また土壤侵食や土砂流出の常襲地帯で地味が悪く、土地生産力の低い地帯であった。

富良野農業が転機にたたされたのは、昭和46年以後の稲の生産調整であり、これを逆手にとって多角化、集約化による生産力の増大の道を試行した。玉ねぎ、人参、スイカ、アスパラガス、いんげん豆を、これまでの水稻、小麦、甜菜、馬鈴薯にかわって導入し、そ菜のウェイトを著るしく高めたこと

である。比較的面積の小さい水田農家も、そ菜との複合経営で発展する道を準備した。

ブドウ栽培については、傾斜地、砂礫地の多い御料や山部、南扇山が選ばれているが大半がそ菜や根菜との組み合わせによる複合化の一環として導入していることである。この複合化にとって重要なのは、2,300頭の乳牛、1,400頭の肉牛、8,000頭のブタの飼育であろう。ただし、今のところ、必ずしも有機的複合に至る関係には成り得ていない。

もう一点。富良野市がワイン事業に着手した背景は3つある。それは、農業収入の拡大、やせ地の開発、そして地場産業の育成であった。これは、集約化と適地適作、未利用地を含めた耕境の拡大と耕境耕地の高度利用、原料農産物加工による付加価値産業の創造であった。従ってブドウ栽培は、石礫傾斜地で低生産地の所得拡大をはかる農業振興の一環として組み入れ、昭和47年には、市立ブドウ果樹研究所を設置、原料ブドウの試験栽培と、加工製造までの果樹酒類の試験製造のほか、人参などによる野菜ジュースの試作も行っている。

富良野市および市内3農協が指向した農業生産の多角化と集約化は、富良野地区を、低台の沖積地と、高台の傾斜地におけ、前者は稲作を安定基本としながらも、玉葱、スイカ、露地野菜、施設園芸（野菜）の生産団地を形成し、経営の安定と所得の増大を、後者の高台は、穀菽・根菜と玉葱、人参、アスパラガス、園芸作を基本とし、一部に乳牛、肉牛、肉豚などの畜産の導入をはかり、多角化と、複合化の道を進めたのであった。さらに、経営規模の小さな「山部」地区は、芦別山麓に広がる扇状形石礫地などに、人参、スイカ、メロン、ニンニク、食用ゆり、ブドウの園芸作と、牛・豚畜産を結びつけた多作目、技術集約型、複合農業を展開し、山間地の「東山」地区でも、一般畑作とアスパラガス、人参、玉葱、スイカの園芸作に、畜産を組み合わせ

せ、規模を徐々に拡大しつつ、複合経営路線を定着させつつある。特にブドウ栽培は、傾斜地を利用した耕境の拡大に大きな意味をもっている。

④ 産業複合化の事業主体の問題

地域資源を発掘し、活用した地域産業の形成には、地方自治体や農協が、もしくは、これらの団体に県、その他が加わった第3セクターが事業主体になる、いわゆる「内発型」と、地域外から加工資本や加工業者を導入する外発型（または誘致型）がある。

「内発型」といっても、地元の商工業者や地元出身で、他業種から参入する企業もあり、「外発型」（誘致型）に似た性格や体質を有していることも少なくない。

第1表にみる、「十勝ワイン」や「ふらのワイン」は自治体が、山形の「月山ワイン」は農協、岩手の「エーデル・ワイン」は県、複数の農協、自治体が出資している、典型的内発型である。

他方、道内には、日本清酒KKが、生食用ブドウ産地の余市町に進出し、地場原料を加工する「余市ワイン」や、小樽に本社をもつ既製服メーカー紳装が地元と、浦臼、伊達、仁木に契約栽培農家を育成してワイン製造に参入した「北海道ワイン」、函館の食品加工メーカーを継いだ駒が岳醸造の「函館ワイン」などは、企業経営のワインメーカーであり、生産規模も、道内市場を主力とした地域産業の域にとどまっていて、必ずしも大規模誘致型の性格とはいえない。

しかしながら、企業型メーカーは市況の好転や販路の拡大予測にもとづいて、製造量や市場戦略を構築していくところが明確にでてくる。

「おたるワイン」「浦臼ワイン」「洞爺湖ワイン」など、マイラベルワインの生産と、原料ブドウ名を表示して売り込みを行っている「北海道ワインKK」は、昭和65年をメドに製造量を20倍に引き上げる計画をもつ。これは、同社が経営したり、契約栽培しているブドウ園が現在100haほどあるが、こ

れを65年までに330 haに伸ばし、5,000 t以上の原料ブドウを収穫予定しているからである。浦臼町には子会社鶴沼ワイナリーに70 haと黒松内に100 ha(いずれも直営)のほか、仁木、倶知安、島牧、虻田など7農場の規模を拡大するものである。

品種も、専用種であるミューラー・トルガー種、ツバイゲルト・レーベ種、キャンベル種のほか、今後はホワイトブルグンダーなどドイツ系のもの10種として「ブレンドしないで、1つの品種から1種類のワイン」をつくるとし、売りあげ高も57年度の6,500万円から65年度には23倍の15億円をめざし全国市場に本格的に乗り出す構想をもっている。

他方、札幌に本社をもつ日本清酒は、資本金5億9,300万円を背景にして昭和58年9月から工場を720 m²に拡張し、生産能力を280 klから700 kl(720 mmlに換算し100万本)にするために1億5,000万円を投資した。余市ワインの原料は、地元余市生産のデラウエア・キャンベルスなど、ワイン生産に必要な全量を、余市町農業協同組合から購入する方針は、これまでと変わらない。販路に関して、これまで全生産の20%が都府県に流れていたが、百貨店を中心に、この比率を更に高める意向をもっている。日本清酒KKは、「千歳鶴」など清酒が1万kl(1.8 l, 550万本)、みそ7,000 t、サッポロサイダー100万箱の、道内最大手の酒造メーカーであり、道内15支店をはじめ、清酒販売のネットワークを通じて、ワインの消流をすすめている。

こうした企業型のワイン製造業界をみるとそこには、地元の原料を利用しながらも、市況に応じて、販路を拡大する企業戦略が内包され、それが優先する気配が強く、地域振興とのかかわりなどは前面にでてこない。

ところで、内発型の「十勝」「ふらの」「月山」「エーデル」の各ワインに共通している特徴は、①に、離農離村、過疎化、出稼、農業生産力の低迷という農山村落が崩壊に傾している危機を回避し、どう救うのか、何をすることが、この危機に歯止めをかけ、地域振興に弾みをつけるのか、そのため村の人達の合意形成と運動提起をどう推進するかに出発点があり、「ムラ興し」「地

域づくり」の方法論を組みたてる視点が鮮明にでてきていることである。

地域特産物づくりによる農村複合化は、単なる自治体や農協の加工事業のすゝめではない。地域の賦存資源ないし、これからの発掘資源を如何に有機的に組み合わせ、地域全体の産業の高度化をはかるか、他方では1.5次産業を起爆剤として、地域農業そのものを特色ある方向で発展させ、食と農を通しての新しい地域トータリティ、ホーリズムをいかに形成するか、にある。

こゝでの内発型ワインに共通していることは、生食用ブドウ地域にどっかり腰をおろすのではなく、原料ブドウを自ら栽培し、ワイン醸造に結びつけ、この地域特産物の販売や消流を通じて、ムラの諸産業にも活力を与え、その余力を生かして、地域賦存資源、例えば、なめこ、ぜんまい、わらびの山菜加工やチーズ、牛肉などのチルド化、ジョイント商品づくりを辿るのである。

②は、内発型であるが故に、地域住民の合意形成と、地域振興の総合計画のなかでの位置づけ、優れたリーダー、ないしイノベーターのもとでの一丸となった運動が不可欠の条件となる。地域住民の合意形成に当っては、ワイン産業のように、当初、ブドウ栽培農家やワイン事業に従事することによって就業の機会のもてる受益者が限られている場合にあつて、地域振興そのものとの関連が明確に打ち出されない限り、意志統一が簡単に得られるものではない。稲作農家も、畑作農家も、畜産農家も納得する性格のものでなければいけないのである。

地域住民の合意を得つゝ推進する事業であればこそ、ムラの第2次産業、第3次産業に就いている人々の協力が得られ、さまざまな知恵、方法論が凝集でき、更に製品の愛用運動と連動して消費を拡大することになり、ムラの誇りうる特産物づくりができる。このことはとかく精神的に沈みがちな、また劣等意識をもちがちな農山村の人々に大きな勇気とはげみを与えることになるのである。

こうした運動を推進するのは、既成の指導機関に当る自治体、農協、普及所が三位一体となって1つの方向に歩み出すことである。いわば、集团的指

導体制が、地域住民のさまざまな声を反映させて、地域産業の多面的な発展への道を開さくするのであり、一方的な道への独走を阻む障壁にもなりうる意味で強く要請されるであろう。ところが現実には、強力なリーダーの先見性と勝負勘が、地域産業を、大資本の農畜産物加工業レベルまで押しあげた例も少なくない。池田の丸谷氏による十勝ワインや、士幌の太田氏の北農乳、馬鈴薯コンビナートはそれに当たるが、この場合、地域住民との間に相剋や亀裂が生じがちとなる。前者は、自治体主導、後者は農協主導の典型例であり、産業コンプレックスといっても、既に第2次産業そのものの加工規模である。

こうした大がかりな自治体ないし、農協連合会主導の農畜産物加工業は、地域農業そのものの振興視点からも、付加価値還元産業の視点からも非常に有意義なものであるが、それを可能にする条件は何処にでもあるというものではない。丸谷氏はその後、参議員に、太田氏は、全農の会長におさまるなど個人としての力量も大変なものであり、今日、農村複合化の道を進もうとすると、おいそれと模倣できる性格のものではないのである。と同時に、こうした巨大企業なみの地域産業には住民の監視や、合意も行き届きにくくなりがちで、農協、自治体、普及所の三位一体体制も難しくなっていくことは留意しておく必要がある。

③に、自治体や農協が事業主体となる場合の特産物づくりには、さまざまな試行錯誤が待ち伏せしていて、前途はいばらの道が用意されていることである。原料の確保、施設づくり、その運営、ブドウ栽培やワイン生産の試験研究、技術開発、そして製品の販売、流通経路の確保と、それらのための情報の蒐集、地域住民の雇用と賃金・労働条件のあり方と稼働率向上、そして製品の地域への還元方法など、いわゆる企業経営に要請されるノウ・ハウのほか、ムラおこしをどうすゝめるか、いわば、企業の論理と地域の論理の相剋があり、調和が要求されるのである。それだけではない。農産物原料を相手にする以上、原料供給の季節性を年間操業のなかでどう克服するのか、宿

命的課題も顕在化してくるわけである。

ワイン製造に当っては、嗜好品の属性上、良品質製品製造の技術と、販路が決め手になるが、そのベースには、原料ブドウの良否が大きく作用していることはいうまでもない。日本でのワイン醸造技術は欧米諸国に比べて歴史も浅く、消費者の嗜好も大衆的には一定していない側面があるにせよ、大手5社の生産量が国内の80%以上占めている現在、競争はさげられない状況にある。そこには、オリジナルな、良品質ものでなければ争いにならない背景が存在する。

1つの失敗例がある。⁽⁸⁾

岩手県大迫町の「エーデルワイン」は、昭和37年、町と農協の共同出資で「岩手ブドウ酒醸造会社」を設立させ、生産にのり出した。しかし、ワインづくりをはじめるとあって、製造技術も販売網もなく、免許申請で国税庁も相手にしてくれなかったため、町長は、再三にわたりサントリーKKに足を運び、技術提供と販売のすべてをサントリーに移譲したことによって、醸造仮免許の取得に成功した。この他力本願の地域産業は、調和をくずし失敗した。

この間の問題点について村田町長は次の手記を残している。⁽⁹⁾

1. 行政主導型の奨励策が先行し、農協陣営の取り組みが遅れ、末端まで指導が行きわたらなかった。町有林の貸付け、ブドウ苗木の半額助成、棚掛け資金の利子補給3か年、全額行うなどの方策をとったため、参加農民が「おぼれるもの、わらをもつかむ」の心理となり、営農計画のないままに、ブドウを植えたことが失敗の原因になった。

「共同防除」の対策がなく、不馴れな兼業農家の参加者もあって、それらは数年たっても収穫をあげられず、脱落していった。

(8) 全中調査室『町、農協一体のエーデルワインづくり』—岩手県大迫町の事例—「農業協内組合」p.70, 1983. 9。

(9) 全中調査室「前掲書」p.72。

2. もともと、キャンベルスアーリーなど生食用産地として、市場向けの「くずブドウ」を処理するために、未熟果、腐敗果など、不良な原料のみ入荷し、したがって良質なワインが得られず、原料を供給する場合、買い叩きに合い、採算がとれなかった。

3. 施設が、農協の「米倉庫」を借用して狭隘であり、作業効率が悪かった。

4. 良質のブドウが生産された年は、市場相場がよく、原料が集まらず、反対に不良の年には、ワイン用に仕向けられる原料が大量におしつけられる、従って計画生産ができない苦境にあった、の4点を主張している。

村田町長の反省は、ムラの指導機関の協力体制、ムラの主体性の欠除、兼用種ブドウ栽培に問題があったことを指摘しているが、この反省と、池田訪問によって、再度、12年後の昭和49年、第3セクター方式で新会社を設立し、手づくりのワインを指向、一方では地元の業者が開発した「ワイン羊かん」「ワインゼリー」、そして酪農青年グループによる「ナチュラルチーズ」の複合商品、ジョイント商品づくりを手がけ、レストラン「はやちね」のシンボル化、「ワイン祭り」のイベント演出などで軌道にのせることができた。原料ブドウは、専用種の「メルロー」、兼用種の「9110」を契約栽培し、原料価格は一般市価の2倍で買い入れるなど、地域農業の振興による1.5次産業おこしに向ったのである。その結果、昭和57年度には、ワイン生産量162kl(720ccで30万本)、販売高1.2億円、純利益320万円を計上したほか、岩手県の実果酒消費に占める「エーデルワイン」の比率を38%にまで引きあげて、地域産業としての道を確認したのである。

地産、地消型1.5次産業の事例をもう1つ紹介しておきたい。

山形県朝日町農協の経営する「月山ワイン」も、ムラの零細農業という宿命的条件のなかで、ムラの農業従事者の半数近い1,300人が出稼ぎにでる、そのため過疎化が進み、ムラが荒廃する。など東北地方のおかれた、ごく一般的条件のなかで、どうすれば、こうした状況に歯止めをかけ、ムラを活性

化できるか、こゝも、池田町の訪問が、ワインづくりを決意した動機となっている。

既存の「山ブドウ」に目をつけ、「山ブドウの会」を発足させ、「試験圃場」をつくって「就業改善事業」を導入して「醸造施設」をつくる、など、ほぼ池田と同じようなコースを辿って、今日の手づくりワインである「月山ワイン」を生み出したのである。消流に関しては「鶴岡生協」や「庄内ワイン文化の会」活動の定着をよりどころにして等身大の規模を守りつゝ、地域特産物に位置づけた。昭和57年3月に永久免許を手にしたばかりであるが、58年6月に、既に7,000万円の売りあげを示すに至った。

これらには、「おらが工場」「おらが商品」の誇りがあり、ムラ人の汗と労働による「ムラおこし」の思想が流れている。

ところで、先ほどみたような外発型(ないし誘致型)、あるいは、他業種から参入しているワイン醸造企業はどうか、特に地域振興の視角でみれば、多々問題がある。

「企業の論理」からすれば、「最大利潤の追求を最前面に押し出すのであるから、ワイン生産に関しても、原料の調達、生産工程、販売機構をより合理化し、その過程に生ずる付加価値は占有し、発生するリスクは地方自治体や地域住民に背負ってもらう」発想がでてきかねない。従って、この論理を展開すれば、地域社会を創造し、発展させる産業おこしではなく、それを壊して企業のみが潤う産業に転嫁することになる。地域の資源と労働力を収奪し、環境を破壊する産業では、企業は繁栄しても、地域は滅びることになりかねないのである。自治体が企業誘致する場合、とかく企業の論理と、地域の論理は矛盾したものとして顕われがちである。

ところが、現実問題として、農産物加工業のような場合、企業は地域農業をベースにしてしか生きられず、地域住民の協力や地域農業の安定的発展は不可欠に重要である。また、小樽の「北海道ワイン」のように、斜陽化する

小樽の街に、なにか活力を与えたい、若い青年達に夢を育くみたい、とする発想があり、原料ブドウ産地のためにマイラベルワインである「洞爺湖ワイン」「浦臼ワイン」「小樽ワイン」を製造して地域の活性化をはかりたいとする目標が掲げられているし、日本清酒 KK の「余市ワイン」でも、生食用ブドウ産地に立地して、生食用ブドウの原料向け買いつけの他に「はねもの」「規格外品」の処理によって、農家がこれまで放棄していた残滓農産物に付加価値をつけてやろうとした、地域振興の発想がある。

従って、農産物原料を地元で調達しなければならない加工業にとって、農民や農業団体、地方自治体との合意や方法の調整なしに、原料問題が前向きに解決する見通しはないのである。そこに工場の立地、配置の問題や、雇用問題が当然のこととして日程に登ってくる。域外からの、他業種からの参入企業（外発型）を、無関心視、敵外視するのではなく、積極的に取りこんで「ムラの産業おこし」に組み入れる努力を、自治体や農協が主導して行なわなければならない。

余市の外発企業である「余市ワイン」は、原料ブドウの全量を、余市農協から買い入れるのを原則としている。昭和 58 年で、キャンベルス 70 円/kg、デラウェア 140 円/kg が農家へ支払われた価格であるが、メーカーは、それぞれ 85 円/kg、160 円/kg を支払っており、その差額は農協の手数料となっている。そして、この「余市ワイン」が原料買い入れの対象農家は毎年 160～180 戸に達し、総量で 230 t にも及ぶ。200 戸に近いブドウ栽培農家から規格外品主軸に買いつけることの地域社会で果す役割は大きい。生食用ブドウ地帯の悩みは、はねものの処理であり、豊凶時の価格変動と出荷調整の役割を加工資本と生産農家との間で、どうつけるかは、農協なり、自治体の大きな任務といわなければならない。

その意味では、ワイン事業の地域社会への総合発展に向っての寄与という面で、池田や富良野のようなワインを旗頭にし、観光と結びつけて町をシンボル化する段階には至っていない。余市の課題は、自治体や農協が、イニシア

チブをとって地域社会のあり方への総合的提言を行い、そのなかに、ワイン事業を位置づけて、企業側の協力を得ることであろう。

昭和54年、小樽の毛無山には、本免許を取得して、新規にワイン生産に乗り出した「北海道ワイン」があることは前述した。この企業はワイン製造量100klの中型メーカーであり、原料基盤は、地元小樽からロゼ用キャンベルス20tを農協経由で、他は仁木、虻田からそれぞれ10戸で5～6tの契約栽培もの、あとは直営鶴沼から65tを集荷する。キャンベルスは生食用はねもので85円/kg、契約農家には専用種をつくらせ160円を支払っている。ここでは、小樽市域の生食用ブドウの場合のみ、農協経由であるが、他は、直営ないし契約で、工場と直で結ばれ、自治体などの直接のかかわりはみられない。販売は、80%が「北酒販」経由で道内に、他の20%は、札幌および周辺のホテル、レストランに直売している。小樽の若い衆を集めての、ワイン祭「ヤッタル祭」の演出も企業主体で、ワインを通して、町をどう活性化させるのか、自治体側の呼びかけはない。

本来、こうした企業型、他業種参入型ワイン事業が、地域社会の農業と深い結びつきを有しているだけに、自治体や農協のムラづくりへのかかわりが要請され、調和も必要となっている。

駒が岳酒造KK（函館市）の“はこだてワイン”は、ヤクルト（70%）、地元小原商店（30%）出資によるブドウ、リンゴ、イチゴ原料ワイン製造するユニークな果実酒工場である。昭和48年、果実酒免許を保有していた小原商店の権利を生かしてワイン製造に乗り出し、昭和55年段階で87.5万本（720ml）、270klを生産、5億円の販売額を有する中型メーカーである。

駒が岳酒造は昭和48年函館近隣の森町にセーベル系（9110号、13053号の2種）のブドウ契約栽培農場をかかえてスタート、56年には、道内で仁木町銀山と主産地を2分するイチゴ栽培地・豊浦町農協と原料の独占供給契約を結び、イチゴワインの生産に乗り出すとともに、58年には、近郊の七飯町の栽培りんごを搬入してりんごワインを製造販売するに至っている。なお、消

費需要層を 20 歳台の女性にしぼって、みかんワインも試作中である。

今日、駒が岳酒造のワイン製造販売比はブドウワイン 72%，りんごワイン 23%，イチゴワイン 5% の比率となっており、270 kl の製造量を 1000 kl までに引きあげたい意向を示している。なお販路は松下、鈴木の間屋と道・県の酒販連を通じて東京、関東以北を中心に 71%，函館市 14%，道内他地域 15% のシェアを示し、道外が主要市場だ。

原料供給の状況はどうなっているか。

ブドウに関しては森町の浅利農園唯 1 か所で 8 ha を契約栽培しているが、ここには会社から専門技術者を送って直営なみの指導を行っている。生産搬入されるブドウは最大年で 120 t、平均すれば 60 t 程度であり、ブドウワイン製造原料としては当然不足する。加えて糖度買いが前提であれ、kg 当りの買入れ価格は 200～230 円と高額になり、1 本 (720 cc) 2,000 円以上の販売価格でないとペイラインにのらない。だが大衆酒でよく売れるのは 1000 円前後のものである。この原料価格では、これ以上栽培地域を拡大することは難かしい。少々距離的に遠いが仁木町のキャンベルスの供給交渉 (50 t) も価格等の関係でプラン倒れ、結局、東欧諸国から輸入するバルクワインと、フランス・ドイツで一次発酵させ、ブレンドせず単品輸入するセパージュワインへの依存度を高めることになった。

昭和 55 年にはじめたイチゴワインというのは世界でも珍しいが、ここでは昭和 58 年、いわゆるイチゴワイン (15 t とシロップ化したポートワイン 27 t) を出荷販売したが、原料は豊浦町の宝交種イチゴである。豊浦はイチゴ栽培農家 200 戸で、総栽培面積が 25 ha、イチゴ栽培専業農家は 4～5 戸、他は、水田、養豚との兼営である。収穫される 300 t ほどのイチゴは、ほとんどが生食用として札幌、室蘭、苫小牧に出荷されるが、平均価格は 1 パック (300 g) 当たり 200 円程度、100 円を割るような場合はワイン原料用となる。イチゴの収穫期間はせいぜい、露地・ハウスものとも 1 か月であるが、原料となる部分は産地 (室蘭の市場で 70%，地元農協で 30%) で急速冷凍し、保冷車で輸送

する。

冷凍保存を可能にしたことは、原料給供の季節性を克服し、工場操業の安定に寄与することはいうまでもない。問題は供給量の絶対不足と、跛行性である。「スソモノ」「はねもの」となれば30t程度、少ないときは7tのみ工場側は40~50t要求するが産地が応えられない。だからといって他産地から買い入れることは契約上できない。独占契約は双方の足を縛る役割を演じている。

次に、りんごワインである。函館に近い七飯は明治8年の勸農政策によるりんご苗木配布以来の長い歴史をもつりんご産地だ。ここには今日なお100戸の栽培農家があり、年産300tを生産する。うち14%に当る42t(昭48)が、原料用として駒が岳酒造に買いとられたが、工場側は100~200t処理のキャパシティをもち、その量を要求しているが、なかなかそれには達しない。スターキング、デリシャスはもともと生食用であり、原料用とは価格差が大きい。工場側はkg50円がぎりぎりのペイラインだとしている。従って、価格は3か年は固定することで、更新契約を結ぶことになった。

ブドウ、イチゴ、りんごなどのワインで原料不足に悩む工場側は、熊本など九州の温州みかんを原料とするワイン醸造試験を開始しており、軌道にのせる方向にある。

できるだけ、地元ないし、近隣の原料、素材を生かすこと、フレッシュ原料によるワインづくり、果実の特性を生かしたワイン生産を指向している駒が岳酒造であるが、企業をとして成り立たせるための原料一定価格調達や販路の拡大には困難な局面が予想されるといわれつつも、販売量は、販売開始の昭和48年が12,584本(720ml)、53年には132,100本、57年に327,000本、58年には650,000本と着実に実績を伸ばしている。

⑤ 適性規模と独創性

ワイン事業を、産業コンプレックスの主軸とする場合に、規模をどうする

か、の問題がある。「里もの」、つまり原料、市場とも狭隘な地域内給型の「地域産業」でいくのか、「産地もの」、原料は地域内給型であっても、販路は全国市場向けの「地場産業」のパターンをとるのか、「メーカーもの」、原料供給も販売市場、技術、資本、労働力を全国ないし国際的に考える「巨大産業」の方式をとるのか、の問題がある⁽¹⁰⁾。古い職人的伝統技術に支えられ、長い歴史的過程のなかで地場産業から巨大産業に上向した地域資源活用型産業がないわけではないが、地方自治体や農協が新規にはじめる付加価値還元型産業の場合、その規模が簡単に上向移行できるものでないことは多言を要すまい。

国産のワイン製造業界を眺めてみると、いわゆる「メーカーもの」に属する企業が5つほどある。

マンズワイン(キッコーマン系)、メルシャンワイン(三楽オーシャン系)、サントリーワイン(寿屋)のビッグ3に、札幌ポレール(札幌ビール系)、サントネージュ(協和発酵系)で、いずれも食品、薬品業界の大手から参入したもので、ワイン製造開始の時期も新しいものである。製造量も2,000klから12,000klと多く、画一商品の大量生産、多種類生産、全国市場相手の販路を有している、など他の追随を許さない。この大手メーカーは、いずれも、日本最大の生食用ブドウ産地である山梨県に工場をもち、原料の主要部分を地元供給するとともに、長野県や山形県のブドウ産地からも原料を調達する体制にある。さらに不足する部分は、大衆向け低価格ブドウ酒原料中心に、国内での桶買いやら、海外からのバルクワインの輸入により、5社の合計ワイン生産量は、国産の80%を占有し、事実上のプライスリーダーの役割を荷なっているのである。

それに比較して、例えば山梨県内で、製造、販売(直売も含む)、観光農園化している63の中小ワインメーカーは、製造や販路に独自の特色をもたせ、

(10) 清成忠男、森戸哲『地域社会と地場産業』p.3、日本経済評論社、1980。9。

大手との競争をさけて、生き残る方法をとっている。これらのメーカーの多くは 200 kl~500 kl の生産規模で、会員制や、マイラベルワインの製造で固定客を把む一方、原料供給においても近隣のブドウ生産農家と緊密な契約関係を結び、はねものが大量に出きたときは、それを一手に引き受け、压榨、発酵させ、原料不足の時期にはブレンドやビン貯蔵、再熟成などで継ぐ方法をとっている。

「メーカーもの」と競争しない、いわば地域特産物の創造、つまり、「里もの」で出発し、せいぜい当面は「産地もの」に限定する生産規模を実現する考え方は大変重要であろう。

これまでの国内の消費市場動向の変化をみると、規格化された、大量生産商品が敬遠されはじめ、「大きいことはよいことだ」という時代ではなくなりつつある。最近では、軽薄短小の合理性が追求される反面、規格品でない個性的な商品、模倣品ではない正直商品、手づくりの香りが漂う安全で無添加、無農薬食品に人気が集まり、消費量が増大する傾向が強い。

特に 1.5 次産品となれば、食品が主流であり、安全、新鮮、手づくりの風味、希少価値はますます喜ばれる時代である。

食卓にのせれば、「生産者の顔が浮かび、汗と創造の作業工程がみえかくれする」「手づくり、手弁当商品の実感が湧いてくるもの」、これは、巨大企業原理ではなかなか生産できないものである。

富良野市の「ふらのワイン」や、山形県朝日村の「月山ワイン」、そして斜里郡清里町の焼酎「きよさと」などの醸造への取りくみをみると、最初から狭隘な地域市場に限定した、生産量の規制を前提とした「地産、地消」の思潮が導入されている。こうした 1.5 次産業の基本的考え方である「身の丈にあったもの」を目標にする以上、そこには地域住民の自立、自助の精神を凝集する必然性が生れ、運動論と結びつけなければいけない地域主義が芽生える。従って、商品価値が高まり、業界や大手流通資本などからの引き合いがでてくるようになると、そこに 1 つの葛藤が生れざるを得ない。全国市場

をいきなり求めず、近在必要型産業の一環に組みこんで付加価値を高めていく地域産業の生き方は、一村一品運動をこれから進める自治体や地域にとって極めて重要な鍵であろう。その意味で、上記の自治体主導のワインや焼酎は、よい事例であり、教訓となる。

⑥ 1.5次産業と地域経済の振興

1.5次産業程度のスケールの事業興しが、地域経済振興の鍵になるとはいえ、直接的に自治体の財政を潤おすことは非常に困難である。

現実をみるときに、確かに北海道の212の市町村のうち70%に当る146自治体が過疎振興法の指定地域であり、特に農山漁村や産炭地域は、雇用機会に恵まれないことによる人口流出や経済に活力がないことでの財政赤字に悩んでいるのが実態である。そこで、地域賦存の未利用資源を加工し、付加価値を高める産業おこしに着手しようとしても、そのための資本、技術、労働力がどの程度確保でき、流通市場が保障できるか、という問題はそう簡単に解決できるものではない。

からし面太子の原料、下関ウニの原料、富山の鱒寿しの原料が、北海道産品であるにしても、既に長い加工の歴史を有し、一定の市場を確保している特産品に、いま原料産地北海道がたらこ、ウニ、マスを加工したところで、そう易々と対抗できるものではないのであり、ましてや、地域経済振興の目玉として成長させていくことには多々問題点はある。

だが、大分県の一村一品にみられる平松知事の「逆転の論理」、横路知事の「発想の転換で過疎を逆手」による地域特産品の開発は住民参加による運動の結果として、人づくり、ムラづくりの精神的支柱になりうる性格のものではある。

「過疎地域という言葉は、暗いイメージを与えがちだが、見方を変えれば、制約が少なく、自由な構想を描けるフロンティアである」という横路知事の発言がうなづけるゆえんである。そして、物づくりを通じての人づくりは、

やがて地域文化の担い手層を形成することになり、「自分のムラやマチをどうすればよいのか」を通して、「ムラづくり」「マチおこし」に繋げる動機を与えてくれる。

そうした意味からしてで、農産加工による1.5次産業が、地域経済を振興するとの面で波及効果を計量的にはじき出すのはむずかしいといえる。

こゝでは、別に概念図で示した池田、富良野両自治体の、ワイン事業の系譜を通じて特徴点を明らかにするにとどめたい。

(5) 大手企業規模の「十勝ワイン」

池田町営の「十勝ワイン」は1964年、ワイン醸造の免許を取得し、製造・販売に乗り出した。発想の原点は、“東北地方を旅すると秋には赤い柿の実がうれている。十勝にもなにか果樹がほしい” “狩勝峠を超えるたびに、どうすれば「あちら側」（札幌や東京などの都会を指す）への劣等感から脱出できるのだろうか”，であり、これは町財政が逼迫し、赤字のため再建団体に転落した池田町で、町の青年層から支持されて町長に当選したときの丸谷金保氏（現参議院議員）の発想である。住民が自信のもてるふるさとづくりには、まず、町のイメージを変えることであり、都会指向の若者達を、ふるさとに定着させる就業機会を創っていかねばいけない、の考え方があ

他方、「遊休地が多い割に小作人の多い町・離農と過疎に悩む町、自治体財政の大幅赤字を克服して潤いのある町づくり——そのためには、何か目玉になるような産業興しが必要であり、自治体の活性化に寄与する何らかの方法を編み出さなければならない」とする池田町のおかれた現実、地域特性、風土の認識が出発点になっている。“山には野生ブドウのアムレンシスやココアニティが自生している。これを原料とし、または改良してブドウ栽培をし、ブドウ酒の製造ができない筈はない”として、丸谷氏を支援した農村青年約30人が「ブドウ愛好会」をつくり、自費で120品種、2万本の苗木を本州各

〈ワインによる地域振興〉(池田町)

三次産業

清見1号の自主開発とブドウ栽培委託契約
ブドウ栽培振興条例による3か年補助1,100万円
栽培農家33戸,栽培面積19ha,ブドウ生産量16t

町有地,借あげ農地による直営ブドウ栽培
110ha,うち成圃60ha,ブドウ生産量480t

肉用牛生産 95戸,3,588頭
(肉専用2,124頭,乳用1,464頭)

十勝ワインによる
地域振興

ワインの町,イメージ化,シンボル化
ワイングラス噴水(星白ワイン,夜赤
ワイン)町役場にはワインボトルタワー
歩道は主な部分すべてワインカラー
ワイン城(シャトウ)と体育館(パ
ルテノン神殿風,そして内装にいきが
い焼のタイル)

二次産業

十勝ワイン 15種類製造(ワイン城)生産量
240万本(1,300kl)原料ブドウ1,300t
現在のブドウつぶし量 800~1,000t

〈ワインに関連する製品製造(ジョイント商品)〉
十勝ワインハンフボトル型ワイン(羊かん,ブド
ウゼリー,十勝ワインケーキ(ワイン混入)とピ
ートパイ,十勝ワイン甘納豆,十勝ワインもち
(5製造店)

〈ワインに関連する製品製造(ジョイント商品)〉
開拓時代の馬そり型ワインラック
ワイン城図案化の座布団カバー
ワイン粒抜コルブル
ワインタバコハイザー
デキヤンタ(いきがい焼)
フランディポトル(いきがい焼)

今後の課題

原料ブドウの地元完全供給
農畜産振興との結びつき
東京からの観光ツアーの企画
覆土の必要のないブドウ品種改良
雇用機会の拡大と人口流出歯止

いきがい焼
フランディポトル 700人
ミルクピッチャー きた老人の60%
デキヤンタ 常時きている人
その他焼物一般(4月~10月まで) 50人

ワイン城町管レストラン(昭和47年オープン)
売上げ高 2.7億円
まきばの家 6,500名
民宿6軒 4,600名
パンガロー 6,100名
ペンション 5,000名
(昭和57年)
千代田パーク (千代田えん堤観光)

観光客の入込み 千代田えん堤のサケと結合
道内 26万人 日帰,通過 58万人 | 62万人
道外 36万人 宿泊 4万人

町外レストラン事業,ワインと畜肉,山菜料理
〈レストラン「十勝×ワイン×パブ」など
札幌に3軒 | 出店
東京に5軒

池田町内,十勝ワイン販売店,関連みやげ販売店14店
おみやげ店のみ8店

オーストリア,ウィーン市郊外グリーンツインの居酒屋
を模したパブ,レストラン「ホイリゲ」町民の懇談場

食肉銀行(ミートバンク)の設置
十勝食品Kの牛肉レトルト化と結合

町民のワイン愛用運動の一環として,町民還元ワイ
ン(ロゼ),成人1人24本(1本500円)の購入券発行,年
間24万本消費 町民の80%(成人)が愛用 町内の食
堂,民宿などにもワインをそなえつけているほか結婚
式の祝賀会などにもワインを並べ,町民消費から全国
消費への道を迎える

地域社会の活性化,アイデンティティ形成

地や試験場から購入し、野生種との交配実験を続けた結果、改良種「清見1号」を生み出し、栽培に成功する。まさに、手弁当、手づくりの試行錯誤のうえに築かれた成果であり、ワイン原料として地元調達のできる品種の固定化であった。

次いで、丸谷氏と若者達は、町立の「ブドウ、ブドウ酒研究所」を設立し、国内のワイン醸造先進地や気候風土のよく似たドイツなどに研究スタッフを留学させ、醸造技術を研究させた。当初生産されたワインは技術の未熟性からくる製品の不均一や賞味の違いなどと、ワイン飲用の経験や伝統の短かさから、評判も悪く、とても商品化できるようなものではなく、酒類製造に永久免許のおりる1971年頃までは、大量生産の糸口はつかめないまま推移した。

ところが、その過程で、地元で自生している野生ブドウである「アムレンシス」が、良質ワインの原料になる亜種であることが、ソ連のハバロフスク極東研究所によって実証されるに及んで、自信を深め、1968年ブカレストで開かれた第一回国際ワインコンクールに、このアムレンシス原料ワインを出品して金賞受賞、次いで1976年、同じくブルガリアで開催のワイン、コニャック国際コンクールで赤ワインのシェリー酒が大名誉賞、大金メダルを獲得するなど、いわば製品の差別化に成功、永久免許から6年後の1977年にはワイン製造総量1,000klにこぎつけたのである。

この量産体制実現によって、1979年にはワイン生産販売利益から、町の一般会計への繰入れ額が累計で2億円を超すことになり、自治体の基幹産業としての地位を獲得したのである。この背景には、国内のワインブームが市場拡大に刺激を与えたことは勿論、十勝地方原産の野生ブドウないし、その改良種の原料ブドウを使った製品、つまり、他地域からの移入原料ではない地場産商品としてのイメージが大きな役割を果たしていたことも疑いあるまい。

ワインの国際的コンクールで入賞し、製品の差別化で自信を得た町当局は、「十勝ワイン」を雑誌広告などメディアを通じて、全国的にPR、ワインと地

元生産の牛肉を結びつけた直営レストランないしパブを池田町内のほかに、札幌に3か所、東京に5か所開設して消費拡大をすすめた。

地元では、フランスの中世風のシャトウを模した鉄筋コンクリートのワイン城を建設し、ワインの町のシンボル化をはかるとともに、最上階には「レストラン十勝」をおき、イメージアップに努めたのである。

地元原料ブドウと結びついたワインの製品化、そして観光客を呼びこんでの消費拡大とPR、更にワインに関連する複合商品として地元製菓業者や誘致した十勝食肉KK(名糖畜産跡地)などの民間業者にワインチョコやチルドビーフ製品を開発させるきっかけを与え、他方では、町営ミートバンクを創設して、肉牛やホルスタインの牡犢を預託するなど、ワインと牛肉、そして関連ジョイント商品の消費を促進しつつ、観光宣伝としてのワイン祭をイベント演出する方法をとった。こうしてワインを基軸にし、さまざまな前方ないし後方関連効果をねらった「ムラの産業おこし方式」は北海道だけでなく、本州各地がモデルとしてその後教訓にした内容でもあった。

ワインを軸とした地域振興策は、さらに拡大し、レストランと宿泊施設を兼ねそなえた田舎風「まきばの家」〈6,500名宿泊——1982年〉の建設、地元産出の陶土を生かし、地元65歳以上老人に「いきがい焼」陶芸品生産を伝授し、ブランディボトルやデキャンタなどの関連商品生産を行い、老後に潤いある生活を送ってもらうことをモットーとした自治体主導の事業に乗り出している。

町営「レストラン十勝」や「まきばの家」に誘発された観光産業は民宿6軒、各種バンガロー、ペンションや千代田パークにも宿泊客を拡大し、この民間部門で合計1万6,000人の宿泊客を確保するに及んでいる。

とはいえ、ワイン中心の観光要素のみでは日帰・通過客(58万人)は多くても、宿泊客(4万人)は限定されざるを得ない。町内のワイン販売取扱い商店(14店)にはいく分の潤いがあるにしても、そう大きなものにはならない、とする短所も持ち合わせている。

地域住民が、地方特産物を愛用することは製品の信用増大と販路拡大に不可欠な条件であり、地域産業の活性化に精神的な自信を与えることにもなる。

池田町では、仁木町で産出する生食、原料共用ブドウであるキャンベルスを移入し、町民還元用ロゼワインを製造し、町在住の成人1人当り年間24本（1本500円）を販売し、町民の80%がこれを愛用するが、そのための消費量は年間24万本に達する。このロゼは原則として市販しておらず、町内のレストランやまきばの家および、民宿、旅館などにおかれている。特にワインパブでもあるレストラン「ホイリゲ」〈この名称自体オーストリア、ウィーン郊外グリーンツィンのワイン居酒屋街を指す〉は町民懇親の場でもあり、ワインと肉を結びつけたいこいの町民広場でもある。

ワイン事業は、原料ブドウ生産農家や農村地帯よりも第3次産業に影響と潤いを与えているといえる。

年間62万人の観光客入りこみが、町内14小売店のワイン販売収入を増大させ、またワイン事業がおこって以後建築された6軒の民宿さらにペンションなどでの収益増をおこしていることは事実である。

こうしてみると、池田町は、十勝ワイン（15品種、240万本）の製造を基本軸にして、諸産業を複合的に結合ないし相互誘発して、地域アイデンティティを形成しながら、地域振興をはかっている数少ない事例といえるかもしれない。

特にワイン事業収入16億円のほかレストラン収入2億圓に結びつけた大規模育成牧場など、町企業部合計の事業収益は1982年度で33億圓を上まわる状況になっており、この企業部関係だけで職員数36人、従業員数90人の雇用を生み出すに至っている。（第2図）

だが、内在するいくつかの未解決の問題も見逃すわけにいかない。

第一は、当初から全国市場向けの外延的市場拡大策とそれに対応できる生産増量を見込んでいたため、ワイン製造量は1,300~1,600klと大手国内5大ワインメーカーに次ぐまでに拡大し、種類もブランデイを含めて15種を数

(第2図) 池田町企業部職員数、収益、人件費 (昭和57年度)

課名		職員数	従業員数	57年度事業収益 (千円)	人件費 (千円)			
企業部	ぶどう、ぶどう酒研究所	営業課	2	3	ぶどうぶどう酒醸造事業会計	1,652,740 (49.6%)	215,706 (51.4%)	ぶどう、ぶどう酒事業
		醸造課	6	20				
		栽培課	7	11				
	管理室	総務課	3	5	町有山林事業会計	63,885 (2%)	29,513 (7%)	公営事業
		管理課	1	3				
	業務室	町有林課	2	8	レストラン事業会計	197,750 (6%)	48,134 (11.5%)	公営事業
		公営課	4	15	食品製造事業会計	865,570 (26.0%)	47,695 (11.4%)	
		食品課	1	1	大規模育成牧場事業会計	378,181 (11.4%)	78,352 (18.7%)	
		まきばの家	2	12				
	大規模育成牧場	庶務課	1	2	大規模育成牧場事業会計	378,181 (11.4%)	78,352 (18.7%)	
家畜管理課		5	5					
草地課								
	肥育センター	2	3					
	東京連絡事務所		3					
計		36	90	3,332,199 (100%)	419,900 (100%)			

えるに至った。こうなると大手メーカーとの競合はさけられず、品不足時代の稀少価値はなくなり、平準化された商品として消費者の目に映ずるようになる。十勝ワインのイメージは手づくりの味、地方の味と香りが売りものであった筈だからである。

第二は、大量生産による大手メーカーとの競合関係のなかで、原料ブドウをどう調達するかの問題である。大手5社は、いずれも日本最大のブドウ産

地、山梨県にワイン工場を集中立地させ、原料ブドウもワインに好適とされる“甲州種”や“デラウェア”“ベリーA”など生食、原料兼用種を大量に供給している。札幌ポレール（札幌ビール系）が、全量山梨県でワイン生産する背景は、良質原料ブドウの契約供給、それに、はねもの、生食規格外品、余剰ブドウを格安に仕入れることができることにある。兼用種とはいえ、kg 当り 60~80 円の買入れ価格を実現できるとすれば、池田の専用種の 2 分の 1~3 分の 1 の購入価格であり、大衆酒にはもってこいの原料となる。勿論、高級酒向けの原料ブドウの契約栽培ものなどは、池田の地元原料ブドウの買入れ価格には、匹敵する kg 当り 200 円前後となっている場合もあるが、数量的には大衆ワイン向け原料ブドウの買付量が多い。

「十勝ワイン」の原料調達動向はどうなっているのか。

先述したように、清見 1 号などアムレンシス系ブドウは原料専用種であって、生食用にはならない。

町直営および契約栽培農家含めても 60 ha ほどにとどまっていて、生産量も 500 t たらずである。これでは、十勝ワインの製造量を満たすには遠く及ばない。ブドウ栽培が勢いよく拡大できないのは、冬期間の極低温による凍土凍結と強い風雪から苗木をまもるために、秋口にはブドウ樹を剪定し、土中に埋めて覆土しなければならない。そして春先の解氷期には、これを掘りおこし、再び棚にくくりつけるのである。この剪定と覆土には 1 人 1 日 10 a 程度の作業量しか消化できず、仮りに 5 ha あればこの作業のみに 50 人工の労働力が必要となる。反当収量が 20 万円としても、労働力投下割合は高く、最近栽培農家が拡大するどころか、休止しようとする農家すら出現する動きがでてきているのである。

原料ブドウとワインの製造量がパラレルに進まない悩みはこゝにある。

それでは、不足する原料ブドウはどう調達するのか。

地元の契約農家や町直営農場（樹園地）から供給できる量は、せいぜい 500 t 弱、仁木町（後志）農協を通して直送される分が 500 t、他はハンガリー、

ブルガリアからのバルクワインとして原液輸入している。これは大手メーカーの原料調達法とよく似ていて、原料品種別にワインの種類を増すことになる。今日、池田のブドウ栽培委託契約農家は33戸、19haそして生産総量はわずか16tにしかない。それでもなおかつ、ブドウ栽培振興条例によってこれらの農家に3か年で1,100万円の補助を町として行っていかなければならない悩みがある。町有地、借り上げ農地など直営果樹園も、成園は半分の60ha、480tの生産現況にあるが、ブドウ栽培に要するコストの大きさからすれば、生食兼用ブドウを後志から移送したり、バルクワインを輸入する方が手っとり早く、またペイラインに乗ってくるわけであるから、池田町の場合の地域賦存資源の加工による付加価値実現はむずかしい規模となっている。

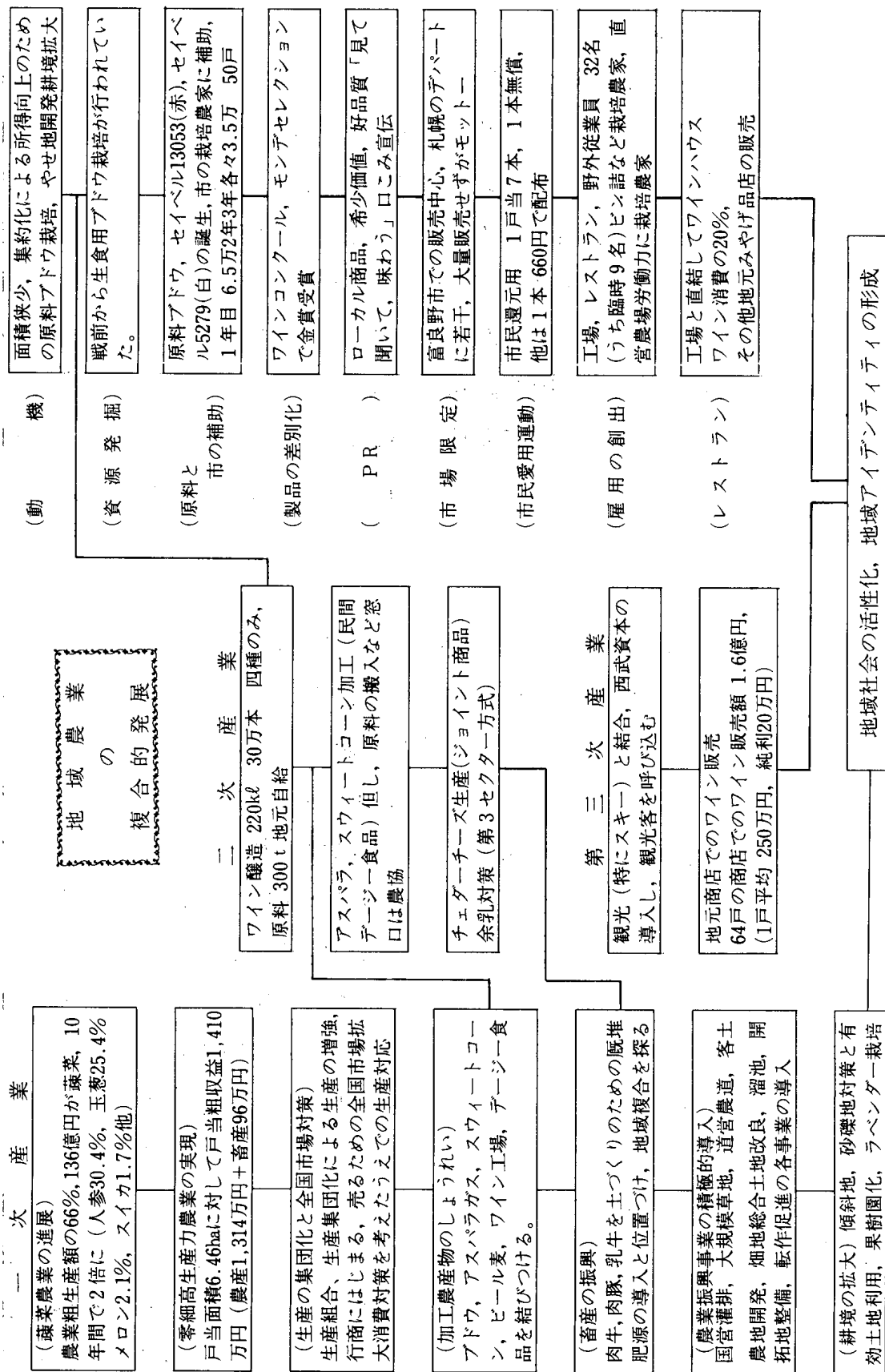
原料が地場産のものでないワインとなれば、イメージもおのずと変化してくるし、消費者の嗜好との関係が微妙になることは避けられない。町企業部の関係者が、原料問題についてはどうしても口が堅くなる背景もこゝにありう。

(6) 等身大の規模を実現する「ふらのワイン」

富良野市は、池田町に遅れること10年、昭和51年に「果樹が欲しい、農耕未利用地（特に石礫地）の耕地化と休耕田の利用」に取り組むためブドウ栽培とワイン生産を直結させることを思いつき、高松前市長の先導で、構造改善、自然休養林の補助事業を得て、市街地西方の清水山中腹にワイン工場を建設、続いて隣接地に瀟洒なレストランを併設した。ワイン酒造の永久免許が昭和55年であるから、まだ走り出したばかりのワイン製造、そして販売であるが、今日では原料専用種のセイベル系2種の栽培面積は、直営9ha、委託契約34haとあわせて43haであり、収穫量において300tの原料供給が可能となっている。製造面からすると720mml、30万本のワイン原料として

〈ワインと結びついた地域振興〉 (富良野市)

(第3図)



は十分であるといえよう。

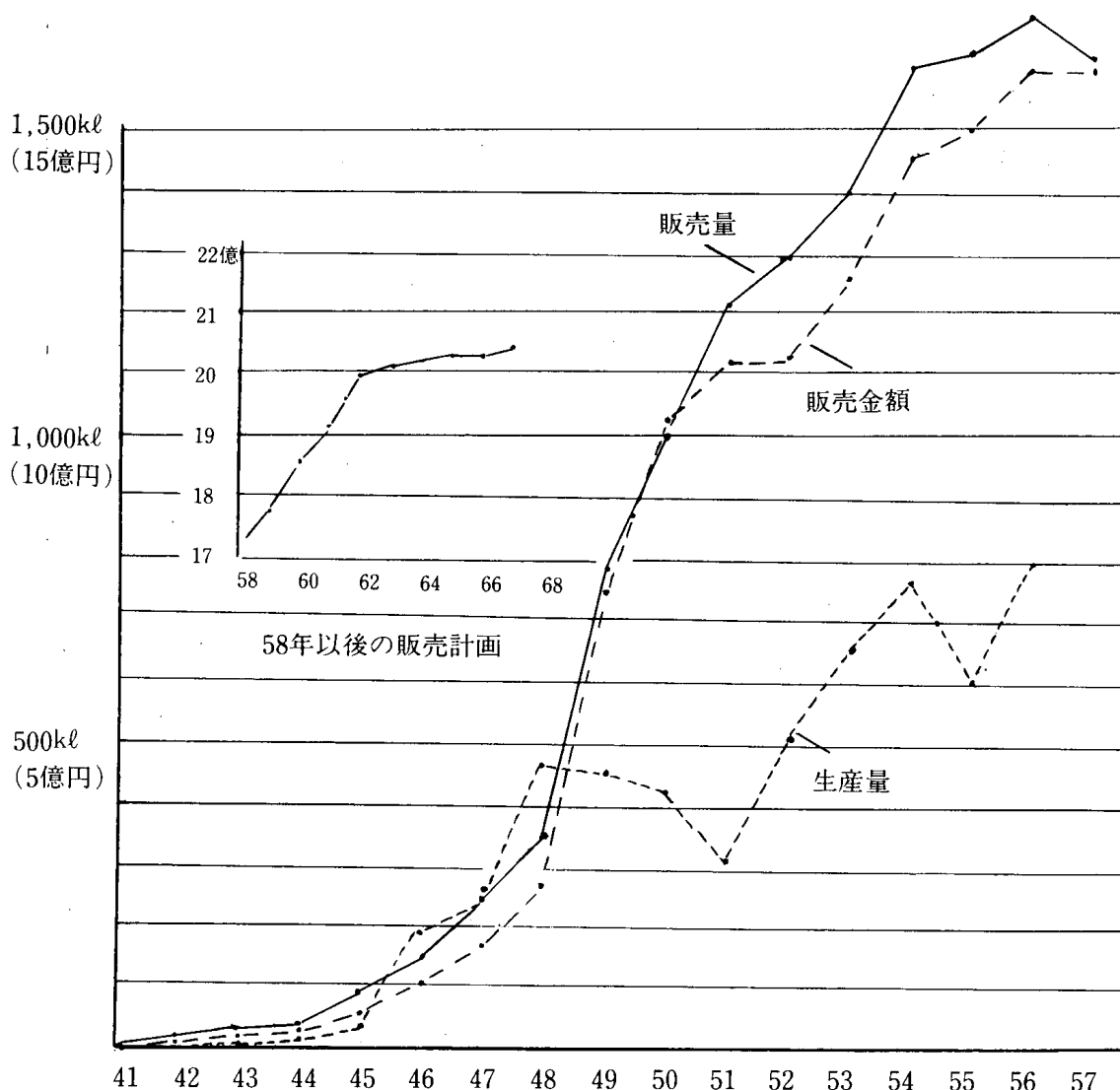
「ふらのワイン」は、多くの点で、「十勝ワイン」と共通性のある自治体主導の醸造業である。原料ブドウ栽培農家に対する自治体の補助制度の実施と契約栽培の推進、ワイン国際コンクールに出品、受賞による製品の差別化の実現、市民に愛される製品とするため、愛飲運動の一環として市民還元用ワインの割引販頒と、直営レストランに結びつけたワインとビーフの重点メニュー化、第3セクターによるが、チェダーチーズの生産によるワイン消費増進商品の開発等々、池田町の路線とよく似ている。

原料ブドウを地域資源として発掘ないし定着させる点でも、池田町は山ブドウに着目、富良野市は、戦前から、細々とではあるが生食用ブドウの栽培があって、セーベル系種栽培への自信に繋っている。

ところで、決定的ともいうべき違いがいくつかある。

第一に、富良野市は、ワインの生産量を最初から限定していることである。つまり、原料ブドウの栽培面積と収穫量の拡大を先行させ、原料ブドウの完全自賄いを実現する。他方では、ワインの販路を限定し、大量生産を避ける方向で進んでいるのである。基本的には、地元資源量に見合ったワイン製造、あらかじめ定めた消費市場を満すだけの製品づくりを腹づもりのなかに入れてあることだ。これは身の丈に合った、等身大規模の地域産業を指向するものである。したがって、PRも「ローカル商品」「良品質」「希少価値」「地域をイメージさせる安全商品」に心がけた口こみ宣伝を中心に、ワインは「見て、聞いて、味わってもらおう」ことにとどめ、大量販売を目途とした大宣伝を避ける方針で臨んでいる。地元民の自家消費と愛飲量の増大、親戚・知人への贈答用など地元流通で、地固めをすることに重点がある。

第二は、ワイン生産がブドウ栽培のうえに乗っているのみでなく、地域農業のトータリティを完成させるよう配慮されていることである。第3図に示したように、地域農業の複合的発展を前提として、非常に綿密な地域農業振興計画（「一粒の種」「明日への芽生え」）をつくり、耕境の拡大のためのブド



(第4図) 果実酒、甘味果実酒、ブランディの生産量、販売量、販売額 (池田町)

ウづくり，付加価値を増やすための，地場農産物加工で1.5次産業の一環に組みこまれたワイン製造になっていることである。農村として，まとまりある地域経済を荷負うことへの接近として把えてもよい。

ブドウ栽培農家の労働力が，冬期間ワイン工場の壺詰作業などと結びつき，また市営直営ブドウ農場での剪定，土盛，収穫，消毒，摘花などの雇用労働部門も，こうした栽培農家が担当，請負うなど，ワイン工場，市直営ブドウ農場・契約ブドウ栽培農家とは有機的な結びつきを有している。

この点は、どちらかというといとワイン製造を優先させている池田町には強くでてこない特徴でもある。

更に、第三は、富良野の場合、自治体、農協、普及所の三位一体の指導体制が固く結びついていることがあげられよう。

特に自治体や農協の優れた指導者は、戦前、産青連活動で鍛えた人々が、戦後は農民同盟を支え、今日の中核的人物となっている。富良野は、北海道農村のなかでは、戸当り所有耕地も零細で、土地条件も悪いところが多く、経済的に貧しい過去のなかで、ハングリー精神による農民運動が盛んだった風土がある。ワイン製造は、高松前市長の指導によるところが大きであるが、農協事業の大胆な変革とも調和している。1960年から、タマネギなど完全共販体制をとり、1970年代には、零細高生産力の野菜生産に転換、タマネギのほかに人参、ホーレン草、レタスを入れるほか、傾斜地の砂礫地対策として、ブドウやラベンダー、果菜類の導入を推進した。ワイン事業が原料基盤を失って砂上の楼閣にならないような配慮工夫がこゝにある。

そして地域農業の包括的發展に向けて、輪作体系、複合化、周年労働を可能にする野菜づくり、スソモノ加工による付加価値増大、農家経済の平準化

(第2表) 富良野市における地区別、原料用ぶどう作付実績

(昭和47年～56年)

地区名	作付農家数	作付面積合計
下御料地区	2	210アール
中御料地区	6	148アール
上御料地区	1	100アール
島の下地区	4	124アール
清水山地区	2	100アール
南大沼地区	1	30アール
南扇山地区	2	262アール
北扇山地区	5	186アール
見本園		60アール
計	23	1,220アール

地区名	作付農家数	作付面積合計
西学田二区	2	48アール
布礼別地区	1	413アール
山部4地区	1	5アール
〃 5地区	10	545アール
〃 8地区	1	50アール
〃 9地区	1	57アール
〃 11地区	11	430アール
〃 12地区	2	86アール
試験地		280アール
計	29	1,914アール

富良野市役所資料

(第3表) 昭和55年富良野市3農協の農作物作付状況

地区別	作物別 稲	樹園地					果菜類					麦類		
		ぶどう	りんご	なし	その他	計	すいか	メロン	かちぼや	その他	計	小麦	大麦	計
富良野	1,089.2	18.4	2.4	1.3		22.1	154.1	16.4	53.2	4.6	228.3	646.9	242.1	889.0
山部	427.1	14.3		0.2	0.1	14.6	19.8	59.8	41.6	0.6	121.8	621.0		621.0
東山	147.7						5.2	4.5	12.3	5.1	27.1	457.7	39.4	497.1
計	1,664.0	32.7	2.4	1.5	0.1	36.7	179.1	80.7	107.1	10.3	377.2	1,725.6	281.5	2,007.1

(単位：ha)

地区別	作物別 アラスカパス	特用作物				葉茎菜類					工芸作物
		ラダベン	スコイト	薬草	計	玉ネギ	にんにく	ゆり根	その他	計	甜菜
富良野	48.0	0.3	61.2	6.6	68.1	629.0	20.8	14.6	5.1	669.5	415.4
山部	2.1		19.1		19.1	32.4	3.8	39.9	0.8	76.9	138.0
東山	52.9		114.5	2.7	117.2	200.7	5.9	32.4	4.4	243.4	387.4
計	103.0	0.3	194.8	9.3	204.4	862.1	30.5	86.4	10.3	989.8	940.8

富良野市農協資料

(単位：ha)

(第4表) 昭和57年産人参の仕向先内訳

地区別	出荷数量 10K	比率	(56年度比率)
東北地区	157,167%	14.37%	13.43%
京浜 "	353,809	32.36	21.86
東海 "	68,500	6.26	7.07
甲信越 "	5,300	0.48	0
中京 "	169,823	15.53	16.49
京阪神 "	10,200	0.93	3.64
中国 "	69,238	6.33	7.53
四国 "	57,912	5.30	7.11
九州 "	201,415	18.42	22.73
その他	153	0.02	0.14
計	1,093,517%	100%	100%

富良野市農協資料

への努力、離農を押えての人づくり等々の問題提起をしている。

第四は、観光との結びつきである。この点は池田町も力を入れているが、富良野は、冬期観光で入り込み数の比率が高い。西武資本と結びついたスキー場づくり、ワールドカップの開催であるが、冬期間の観光客の動員は、地元64商店のワイン販売額を増やし、トータルとして1億6,000万円(戸当り250万売上、20万純利益)を稼がせ、潤いを地元に与えている。冬季観光といえども、富良野は若者中心のスキー客が主体をなし、宿泊観光客も比較的多いことは強みにもなっている。ワイン需要は高年齢層より、むしろ若年層に厚いからである。

だが、「ふらのワイン」についても残されたいいくつかの課題がある。

第一に、北海道のへそ、北海道の内陸にあって冬季間の深積雪への対応である。氷点下10~20℃のなかでブドウ樹を維持するために、冬ごもりのための剪定、樹枝作業をどう省力化するか、積雪に対して、樹枝を柵からきりはなす必要のない技術改良、等々である。余市、仁木などの生食用ブドウ産地の柵かけ方式にはこれがない。この作業は、機械力で消化できるようなものではないので、過重労働の1つになっているからだ。従って、原料ブドウの工場買入れ価格は190円と高価格(生食兼用の2~3倍)になり、製品価格にもはねかえる。甲州産ワインとの競合からしても不利になる。ブドウ栽培は投下労働量の多い集約的作業が要求されるので10a当りの粗収益19万円ほどになるにしても、栽培面積が急増するほど生産者にとって魅力ある作目にはなっていないのである。

もう1つの課題は、年産ワイン製造量220klで4種類生産は、少量少品目生産に入り、「希少価値」「手づくり商品」として名声があがったにしても、将来にわたってSmall is Beautifulがどこまで地域経済を潤おすことになりうるのか、ということである。池田町はその点で、大規模化による潤いは一定程度以上に還元されている。今後の課題といえよう。

(7) 道内におけるワイン消費動向にみる池田、富良野

札幌国税局のデータによると、道内の過去5か年（1977～81年）の酒類製成数量はビール、清酒が暫減傾向にあり、1981年にはそれぞれ14万kl、1万3,000klで、増加しているものは焼酎の2万5,000kl、ウイスキーの2万7,000klがあげられ、ワインなど果実酒は増減が激しく81年には678klにすぎない。他方、消費の動向をみると、清酒が減っている以外、ビールが20万kl、ウイスキー3万kl、焼酎3万klと伸びており、果実酒を含むその他の酒類も6,700klを超えている。全体としてみても製成数量20万klに対し、消費数量は31万klを超える。しかし、この数字の差が、そのまゝ道内産と道外産の差にはならないので単純な比較はできないが、道内需要を満たすに十分な酒類の製造が行われているとはいへない状況であることは理解できる。特にワインを含む果実酒は製成量と販売量の間には10倍の差が生じており、道外ないし海外産のシェアの高いことを示している、なお好品質の道産物の生産増の可能性を秘めているといえよう。

果実酒および甘味果実酒の製造業者の移出量、販売業者の販売量は第5表に示してあるが、道内製造ワインは、卸売業者によって大半が取扱われており、次いで製造場の支店、直接消費者（付属レストランなどの直売）などと続いているが量的移動は少ない。それに、道内製造業者の移出は、過半が道内消費に向けられており、道外は希少であるとの見方が税務当局にはある。しかし、伸び率では、いずれの部門でも著しい。

他方、販売業者の販売数量は、業者の取扱い量が多く、このなかには道産品以外のものが圧倒的に多くを占めている。そして製造業者の移出量と販売業者の販売量の合計の販売数量は果実酒で2,770kl、甘味果実酒で919klとなっていて、前者は着実な伸びを示している。

だが、全酒類のなかの果実酒取扱い量は、伸びているとはいえ、0.6%から

(第5表) 果実酒の年次別販売数量(北海道)

			1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
製造業者の移出量	製造場の支店等	A	28	57	355	423	459	386	512
		B	223	186	225	173	352	160	157
	卸売業者	A	1,051	1,209	1,154	1,351	1,624	1,684	2,028
		B	384	340	207	185	47	138	207
	小売業者	A	275	186	107	120	68	67	47
		B	3	1	1	2	2	1	18
消費者①	A	50	50	61	76	69	221	114	
	B	13	11	19	16	15	22	4	
販売業者の 販売数量	販売業者	A	3,595	3,790	3,345	3,519	4,130	4,383	4,864
		B	1,852	1,739	1,888	1,939	2,069	1,895	1,958
	消費者②	A	1,627	1,766	1,817	2,103	2,319	2,429	2,656
		B	1,047	945	1,019	1,014	991	945	915
販売数量①+②		A	1,677	1,816	1,878	2,179	2,389	2,651	2,770
		B	1,060	956	1,038	1,030	1,006	967	919
全酒類のうちの果実酒%		A	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%	0.9%	0.9%
		B	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%

A = 果実酒 B = 甘味果実酒 札幌国税局資料で作成

0.9% (1975~81) になったに過ぎず、甘味果実量ではほぼ横バイの0.3%ラインを維持しているのみである。

次に地域別の果実酒(ワイン)の年次別消費量には著しい特徴があらわれている。第6表は、札幌国税局管内28税務署(実際は札幌4、旭川2であるが1つにまとめた)のものであるが、都市部の消費の多いのはいうまでもない。1981年の全酒類に占める果実酒比率では、署管内にワイン製造会社をもつ地域で1%以上の数値を占めているところが目立っている。札幌は「ポレール」、函館は「はこだてワイン」、小樽は「北海道ワイン」、余市は「余市ワイン」、富良野は「ふらのワイン」、池田は「十勝ワイン」であり、特に十勝ワインをもつ池田は10.6%の比率を占めるとともに近接都市の帯広に波及をさせていることがわかる。池田と富良野は自治体の経営するワイン工場があり、町

(第6表) 地域別、年次別、果実酒類販売(消費)数量 <kl>

	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1981年の全酒類 に占める比率
札幌	1,079	1,128	1,167	1,319	1,417	1,419	1,500	1.5%
函館	172	181	193	228	221	339	249	1.0%
江差	9	10	10	11	10	10	11	0.4%
八雲	17	15	18	19	20	20	19	0.5%
小樽	76	73	74	75	83	91	108	1.1%
余市	25	21	45	41	44	61	45	2.1%
倶知安	27	26	27	28	28	30	33	0.6%
岩見沢	77	77	76	77	82	84	85	0.6%
滝川	59	56	57	56	60	61	67	0.6%
深川	16	17	16	16	11	16	16	0.5%
旭川	174	160	167	176	197	206	213	0.9%
富良野	22	18	22	32	66	94	104	3.2%
名寄	35	33	32	33	32	33	33	0.5%
留萌	23	24	25	25	25	26	25	0.6%
稚内	42	42	40	41	42	41	41	0.6%
室蘭	106	109	111	116	115	122	136	0.9%
浦河	25	24	24	28	23	27	27	0.6%
苫小牧	78	91	93	101	103	101	107	0.8%
網走	41	39	41	49	45	49	53	0.8%
紋別	29	30	33	33	33	33	33	0.6%
北見	56	52	55	54	55	59	66	0.8%
釧路	136	133	139	151	151	150	157	0.9%
帯広	174	171	173	163	163	166	178	1.2%
池田	205	210	246	295	329	346	347	10.6%
根室	34	31	33	42	35	37	35	0.7%
合計	2,737	2,771	2,917	3,209	3,395	3,621	3,688	1.2%

札幌国税局、税務署管内別販売量

地区区分は次のように分割されている。

札幌、小樽は市域のみ 函館=戸井、尻内、大野、七飯、檜法華、上磯、尻岸内、松前、福島木古内を含む 余市=仁木、赤井川、古平、積丹を含む、富良野=上富良野、中富良野、南富良野、占冠を含む、池田=足寄、陸別、本別、豊頃、浦幌を含む。

民還元用を用意するなど地域ぐるみでの消費増運動が実を結んでいることを示している。

ところが、札幌ビールの関連会社である「札幌ポレール」は、地元企業であるとはいえ、生産は全量山梨で行うなど、地元原料基盤はない。

こゝに示されている数値は、その地域で製造しているワインが、地元で全量消費しているわけではないが、ワイン消費動向のおおよその傾向がわかるので掲げたまでである。

(8) 結びにかえて

農村複合化事業に向けての課題は、いわば「中央」から提起された「地方」(地域)への論理に基づく、地域経済振興、地域産業の活性化の道筋を再検討し、地域の実情に見合った独自、独創的産業おこしを、地域主体で推進することであろう。特に、農山村においては、地域賦存資源や第1次産品が、地域外資本の事業体による加工流通機構に掌握されていて付加価値の地域外への流出が日常化していた。この事態は、とりもなおさず地域住民の所得を低下させ、財、サービスの地域内循環を乏しいものになっていることになる。このような現実をかえて、地元での資金滞留を多くし、高付加価値製品を生み出す試みが、自治体や農協、生産組織や地元企業によって少しずつではあるが開花してきている。その具体的事例として、池田町、富良野市のワイン事業を取りあげ、成立過程、ねらい、効果を検証しつつ、地域産業のあり方を採って見たのが本稿の概要である。

地域産業おこしには、既存産業の再編、再設計をめざしての道と、全く新規事業として地場資源を有効に利用しての産業創造があるが、池田、富良野とも後者である。しかも、地元賦存資源といえども、大量に、あり余るほど存在していたわけではなく、せいぜい試作的に使う程度の山ぶどうの存在や、ぶどう栽培の歴史があったにすぎない。一定量の商品生産量を確保するため

には両地域とも、既存資源に期待するのではなく、原料栽培、つまり資源づくりが不可避であった。それは、第1次産業自身の振興でもあり、これをベースに第2次産業（ときに1.5次産業）おこしをすゝめてきたわけであり、地域経済に与えた影響もそれなりに大きいものがあるといえる。

ワインの醸造に関しても、資金調達、技術者の養成、就業開発等に新規に乗り出さねばならず、他方では自治体が中心的担い手とあって、一定の民主的手続を踏まなければならないし、失敗すれば、自治体財政に穴をあけることになりかねないから、それだけ慎重さが要求された。

商品の生産にあたっては、消費市場の志向変化を見極めた、独創的なものを追求する必要がある、従来のような大衆市場をあてにした画一品の大量製造・販売では、既存の大手メーカーとの対応に問題を残しかねない。そのための情報の蒐集や流通ルートの発掘、サービス強化も緊急の課題として日程にのぼってくる。

原料資源の点でいえば、池田は地元調達が間に合わないまゝ、製品製造が拡大して、地元資源に依存する度合を低めている。道内の他地域や海外から供給しつつ、ワインの6大メーカー入りを果たすほどに製造量を増やし、全国市場に流している。そのことが悪く結果している訳ではないが、今後どこまで地元供給率を伸ばしていくのか、その可能性があるのか、ないのか疑問がとけないとすれば若干の問題は残ることになるだろう。なぜなら、十勝ワインを購入する消費者は、当然のこととして十勝山中の山ぶどうないし、地元で生産しているぶどうを原料とした製品と考えているからである。こうした食品産業によって造られるものにはイメージがつきまとい、個性のある味が尊ばれているからでもある。

富良野の場合は、はじめからワイン製造の規模を地元供給の原料の範囲内でときめている。等身大のスケールで、手づくり商品をつくり、市場も市内が中心で、若干は札幌付近までと限定している。所得、資金の地域内循環と滞留を目途とした付加価値生産の考え方が強い。地元での資金の滞留を多く

するには、第1次産品の2次加工による付加価値額を高めること、さらに、原材料・サービス購入の地元依存を高めることだ。原料基盤の安定と製品開発、改良能力、技術の譲成も不可避であろう。

次に、こうした農産物加工を通じて、多様な就業開発、所得機会の創出、確保が可能になってきたか、どうかである。労働力の質や就業条件の異なる地元住民に、専門技術労働をはじめ、女性、中高年齢層を含めた恒常的労働、パート労働、季節労働、アルバイト、内職従事者に至るまで、短期的な景気変動にも安定的な全天候型の雇用方策が実現しているかどうかの課題がある。雇用のみでなく、優秀な技術陣の育成、人材の掘りおこしも重要な地域産業振興の側面になっていることは論をまたない。

池田では、ワイン関係の原料栽培、製品製造部門で職員数15、従業員数35の合計50名のほか、管理部門合計24名、以下レストランなど業務関係、ワインと直結している牛肉など大規模育成牧場など含めた企業部全体で職員数36、従業員数90の合計126名の雇用を生み出し、支払い人件費は42億円、事業収益は33億円(昭和57)にも達している。その他、ワインとのジョイント商品の製造業、ミートバンク、商店などにも相当数の新規雇用が確保された。これは、原料不足の問題性を孕みながらも、事業規模が、他の自治体ワイン醸造に比べてケタはずれに大きいことが雇用効果の拡大に結びついていることは容易に推定しうるところである。

その点では、富良野ははるかに狭少である。たゞ、ぶどう栽培農家の労働力をワイン工場のビン詰め作業など季節労働として雇い、スキーなどの観光事業でも雇用を結びつけて創出していることなど、独自の地域アイデンティティの形成が注目されよう。

こうした雇用対策をみると、地域経営システムの努力の跡が伺いえる。

次に製品の独自性、消費者ニーズとの関係ではどうか。

池田の十勝ワインは、いわゆる赤、白二種、セイオロサム、清見、アムレンシス、ツバイゲルトレーベなど原料種名を商品名としたもの4種、それに

シルフィとブランディ特級の構成になっており、仁木農協から直送される原料ブドウによるとされているロゼは、町民還元用 24 万本がある。原料ぶどうの品種名を商品名とする製品化傾向は、近年道内の企業ワインのなかでも増加しているが、十勝ワインは、高級酒がこれに属する。消費市場でのワインブームによる大衆化とともに、高級志向に順応した商品構成は、まさに大手メーカーのそれに類似している。

他方、富良野ワインは、赤・白、ロゼ、シャトウフラノの 4 種構成で、ワインメーカーとしては最小の商品構成である。新品種としてヴィテス・アムレンシスを加えることになっているが、他の製品原料はいずれもセーベル系である。

次に、地域経済振興視点からみた両自治体ワインの意義について若干ふれておきたい。

池田、富良野両自治体ワイン醸造の成立過程をみると資源発掘、原料栽培における助成制度、酷寒地域での栽培技術、コンクールでの製品の差別化、レストラン業の併置、町民・市民還元用ワイン制度の導入、観光事業と直結、地元商店での販売促進等々数多くの点で共通性を有している。

だが、発想の原点や市場戦略、地場資源の活用等になるとやはり相違があるとわがざるを得ない。

池田は当初、原生の山ぶどうを原料に、やがて改良種の「清見 1 号」を利用して、十勝のイメージを最大限に生かしたワインの希少性、少量生産を試みたが、第 1 次ワインブームに乗って増産体制に踏み切った。手づくり商品が好評であったこと、国際コンクール入賞での製品の差別化が自信をつけたのである。同時に生産規模を拡大し、販売市場を全国に拡げて大量生産・販売体制を築きあげることが、町財政を豊かにし、各種関連産業に波及効果を及ぼし過疎に悩む村人に、潤いを与えることになるとの発想が働いて、ワインを基軸にしたユニークな村づくりをめざした。その結果、「十勝ワイン」は全国に知れわたり、全国各地の自治体でワインづくりをめざそうとする人々

は一様に池田に馳せ参じて、秘匿している経営手腕や技術を模倣し、学習したほどである。確かに先進地としての総合的企画力、実行力には目をみはるものがある。だが、様々な歪みや矛盾もその過程で露見し、顕在化した。

丸谷前町長のワンマン的指導力は一定の実効は生み出したものの、自治体優位、農協、普及所の従位という関係を生み出し、相互の関係は必ずしも一体化し、すっきりしたものになっていない。町の第1次産業振興策も長期的なプランをもちながら、具体的に進行しにくい条件がでてきている。それは、原料ブドウの地元供給が相当の部分で欠落していることにもあらわれた。原料内給、製品地域内市場の地域産業から、やがて地場産業へ、原料外給、製品全国市場への巨大産業化への規模拡大の道は、いわゆる“メーカー型”の操業効率の向上や企業的な情報秘匿につながっていく。国内ワインの六大メーカー入りをする規模になればやむを得ない状況が発生するとの見方もある。

一方で、富良野は、農業振興、耕境の拡大、傾斜地・砂礫地の利用を前面に押し出して、第1次産業振興の上にワイン生産を位置づけた。そのことは、生産規模を1.5次産業の枠で、等身大の手づくり商品づくりを指向することにつながっているが、地域経済全体をコンプレックス化する、といった側面からは、問題がないわけではない。資金、所得、財、サービスの地域外流出を避け、地域内での滞留と域内循環構造を創り出すにしても、その実効はどうか、ということになれば、もう少し量産体制を拡大しなければならないかもしれない。しかし、富良野にはそうした考えはなく、むしろ、いかに規模を押え、特色ある商品の少量生産に徹するか、に課題をすえている。そのかわり、農業の複合的発展視点からすれば、全道平均の半分の戸当耕地面積という宿命的条件のなかで、集約化と高生産力をねらい、農作物では完全に全国市場化を実現していることを特徴とする。

最後に農村複合化と地域産業おこしの課題について若干ふれておきたい。

農村複合への道筋は、これまでのモノカルチャ型、専門化農業への反省

に立脚して経営複合、地域複合など農業そのものの有機的関連をつけながら、さらに付加価値生産のための加工業への発展を含めて考えられてきている。農産物の加工となれば、原料生産の季節性に規定されて年間操業が安定的に保障できないことが多い。従って雇用機会も季節性をおびてくる。季節性の克服、調整には、中継ぎ産業の体系化が必要となる。だが農産物生産過程にははねものが出易く、過剰生産もおこり易い。まさに値くずれ等、価格変動への対応として、需要拡大と販売機能の調整としての農産物加工は、地域経済の発展に不可欠に重要である。

就業機会の点でいえば、これまで出稼者や地域外への出面、季節労働に従事した人々に共通の、異常ともいえる“身体的、精神的疲労を携えて”と“退廃文化の吸収”しての帰郷は、地域文化の健康的発展を阻害しえても、維持、推進することはできないし、出稼帰りの人々の文化的汚染からの回復も容易なことではない。農村の複合的産業再編への指向は、定住効率のよい環境づくりと、文化的発展を結びつけて実施されなければならない。

本研究は文部省科研究費総合研究（課題番号 58380025）〈石原代表〉を充当した。