

□論文□

## 北海道における第六次産業化の意義と課題

長尾正克・岩崎 徹

- はじめに（岩崎 徹・長尾正克）  
第1章 北海道の産業・就業構造とその特質（岩崎 徹）  
第2章 十勝地方における畑作農業と第六次産業化（長尾正克）  
第3章 日高地方における競走馬産業と第六次産業化（岩崎 徹）  
まとめにかえて（長尾正克・岩崎 徹）

### はじめに

北海道の農村地域は今日疲弊の度を深めており、その活性化の課題は急務である。とはいえ、北海道農村地域活性化のためには、農業グローバルズムの下での農業・農村の再生と北海道経済の再生といった大問題にすぐさまぶつかる。従来も、活性化のための方策はさまざまな角度から論じられてきたが、これといった「決め手」がないのが実情であろう。

ところで近年、地域経済論の人たちが、「地域経済の第六次産業化」を提唱している。第六次産業化とは、第一次産業である農林水産業を基礎に、農林水産物を加工する第二次産業、さらにその加工品を軸としたサービス・観光産業(第三次産業)を地域的に結合し、個別地域の総合産地化・活性化を図ろうとするものである。何故、第六次産業化と表現するかというと、第一次、第二次、第三次を合計すると第六次になるからである。北海道のように、産業構造が歪行的なだけでなく、それぞれの産業の内的関連が

分断されているような地域では、とりわけこの第六次産業化構想を前面に出した対策が必要に思われる。近年話題になっている「産業クラスター化」への試みも、地域産業の有機的関連を強めるという意味あいにおいて同様な試みと言ってよいであろう。

そこで、本稿は、北海道の第六次産業化への試みを十勝地方、日高地方の実態を基に分析し、その意義と課題を探ってみることにする。

本稿の構成は、第1章で北海道の産業・就業構造とその特質を述べ、第2章で北海道有数の畑作地帯・十勝地方、第3章で日高地方における競走馬産業の経済構造を分析し、それぞれの地方における産業間の関連を分析し、最後に北海道における第六次産業化への展望と課題をまとめたい。

### 第1章 北海道の産業・就業構造とその特質

北海道の産業構造は、戦前は「内国植民地」として資源略奪型の歪行的構造をもっていた。そして戦後もこの構造が基本的に引き継がれ、都府県(全国)に比べ第一次、第三次産業の比率が高く、また第二次産業は比率が極端に低い上、建設業の方が製造業よりも高いという特異な構成をもつ。さらに、第一～第三次産業の間の連携が切断され、地域の経済活動や地域活性化が疎外される傾向にある。

このことを確認するために表1-1をみてみよう。通常、産業構造といった場合、産業別の

表 1-1 産業別就業者構成の推移

(%)

		1950年	1960年	1970年	1980年	1990年	2000年
北海道	第一次産業	47.4	35.6	21.0	13.6	10.8	8.0
	第二次産業	23.2	23.9	25.5	25.5	23.4	22.1
	うち建設業	4.7	8.3	10.9	13.4	12.4	12.5
	うち製造業	11.3	10.5	12.4	11.0	10.7	9.4
	第三次産業	29.4	40.5	53.5	60.9	65.5	69.9
全国	第一次産業	48.3	32.6	19.3	10.9	7.1	5.0
	第二次産業	21.9	29.2	34.0	33.6	33.3	29.5
	うち建設業	4.3	6.1	7.5	9.6	9.5	10.0
	うち製造業	16.0	21.9	26.1	23.7	23.7	19.4
	第三次産業	29.7	38.2	46.6	55.4	59.1	65.5

(資料)「国勢調査」各年より作成。

純生産と就業構造との指標をもって分析する方法がとられるが、ここでは戦後の推移を長期的にみる統計上の制約からと、第六次産業化への展望という課題のため、就業構造からの検討を行う。

戦後の北海道の産業別就業構造を全国と比較すると、産業別構成比の順位は全国と同じ傾向を示す。すなわち、1950年は第一次産業>第三次産業>第二次産業、60年は第三次産業>第一次産業>第二次産業、70年以降は第三次産業>第二次産業>第一次産業、である。第一次産業から第二次産業・第三次産業への移行というコーリン・クラークの「産業構造高度化の法則」が働いている。ただし、50年の段階より、北海道は第二次産業の中で製造業比率は全国より低い構成になっている。70年以降になると第一次、第三次産業の比率は全国より高く、また第二次産業は比率が極端に低い構成となる。その上、全国は建設業の方が製造業よりも低いのに対し、北海道は建設業の方が製造業よりも高いという構成をもつ。北海道の「国家依存・公共事業依存」体質が数値に現われている。なお、コーリン・クラークの高度化法則は、第一次産業から第二次産業への移行という経緯をふまえての第三次産業への移行、つまり産業集積の上での高度化をいったのである。北海道のように第二次産業比率が低いままでの第三次産業化は、産業集積と関連のない「高度化」であり、

いわば、「植民地的構造」を示すものである。このことを端的に示す指標は北海道における全国に比しての失業人口の大きさと求人倍率の低さである。北海道の完全失業率はたえず全国を上回るトップ水準にあり(2003年-全国5.5、北海道8.1)、求人倍率はバブル経済期でも1を越えたことはなく、不況の時はさらに低い(1988年-全国1.08、北海道0.54、2003年-全国0.64、北海道0.49)。

以下、それぞれの産業の北海道における特徴を概括的に述べておこう。

まず、第一次産業の柱である農業である。

北海道は、都府県の零細・兼業型農業地帯とは異なり、大規模・専業型・土地利用型の農業地帯である。表1-2をみると、農家数(全国のわずか2.2%)に比しての主業農家(専業農家と第一種兼業農家)比率の大きさ(9.6%)、(表出していないが)販売農家の専業比率は全国19%、北海道49%であり、一戸当耕地面積の大きさ(11.0倍)、乳用牛飼養頭数の多さ(1.6倍)、農業産出額の比重の大きさ(全国の11.8%)がわかる。また、北海道農業で生産される農畜産物が全国の40%以上を占めるものは、馬鈴薯(76%)、玉ねぎ(55%)、小麦(61%)、スイートコーン(41%)、小豆(82%)、てんさい(100%)、かぼちゃ(42%)、牛乳(45%)、軽種馬(94%)等であり(2002年)、北海道農業が土地利用型、加工原料型地帯であることを示している。さら

に北海道の食料自給率計算は190%である(2002年「平成14年度の食料自給率」農水省)。同年の日本の食料自給率は40%であり、地帯別に100%を越えるのは北海道と東北(103%)のみである。そして、北海道における主要農畜産物の移出率は、米(64%)、小麦(90%)、でんぷん(87%)、てんさい(88%)、馬鈴薯(48%)、野菜(57%)、飲用牛乳(45%)、花卉(61%)であり、北海道が都府県移出型の農業地帯であることがわかる。北海道は「日本の食料基地」である。しかし同時に、例えば米は64%移出し

ているのに、道民の米消費の41%は府県米を食している(2001年)ように北海道民はかなりの農産物を府県から移入しており、道産の農畜産物を十分には消費していないまま、府県産の食料を消費するという「すれ違い」食生活をしているのである。

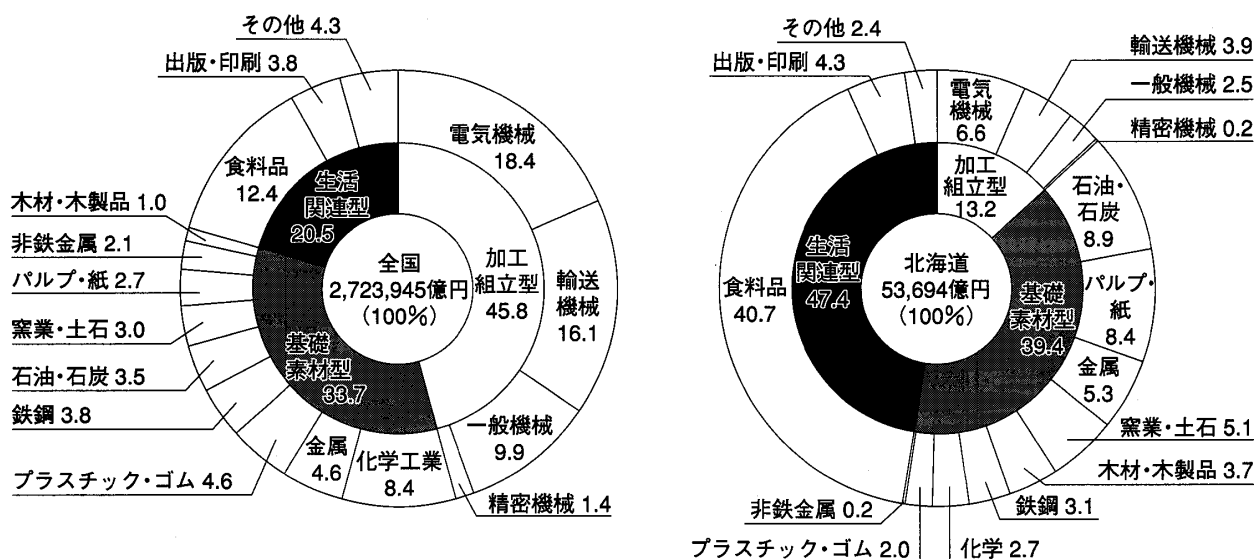
一方、北海道の第二次産業就業者は、前述の製造業より建設業の方が多という特徴をもつが、製造業では次のような特徴をもつ。製造業は大別すると加工組立型、基礎資源型、生活関連型に別けられるのだが、図1-1でその構成を

表1-2 北海道農業の概況

	単位	北海道	全国	全国比(%、倍)	調査年
純農家戸数	千戸	67	2,981	2.2	2003
販売農家	千戸	59	2,205	2.7	2003
うち主業農家	千戸	43	448	9.6	2003
農業就業人口(販売農家)	千人	147	3,684	4.0	2003
耕地面積	千ha	1,175	4,736	24.8	2003
一戸当耕地面積	ha	17.6	1.6	11.0	2003
家畜飼養 乳用牛	千頭	864	1,719	50.3	2003
肉用牛	千頭	441	2,804	15.7	2003
一戸当乳用牛頭数	頭	93.9	57.7	1.6	2003
農業産出額	億円	10,563	89,261	11.8	2002

(資料) 農水省『北海道農林水産統計年報』

図1-1 製造業の出荷額構成比(2001)



(出典) 北海道経済産業局編『目で見る北海道産業』平成15年版

みると、全国は加工組立型>基礎資源型>生活関連型となっているのに対し、北海道は生活関連型>基礎資源型>加工組立型となっている。全国は加工組立型が圧倒的に多いのに対し北海道のそれは極端に少なく、逆に全国では一番少ない生活関連型が北海道で極端に多い。基礎素材型の比率は北海道の方が若干高い程度である。

加工組立型の機械産業は、歴史的にも工業化のための最も基礎的な産業であり、産業集積度も高く雇用波及効果の高い産業である。しかし、すべての機械類で北海道は極端に少ない。これに対し、生活関連型で北海道の構成比は著しく高く、特に食料品の高さは特質に値する（全国12.4%、北海道40.7%）。基礎資源型では化学工業は北海道の方が低いのに対し、北海道の方が高いのは石油・石炭、木材・木製品、パルプ・紙である。要するに、北海道の第二次産業は、加工組立型産業の欠如、資源型産業、食品産業の肥大化という特質をもつ。資源型産業では大工場（パルプ・紙）が突出するが生活関連型産業は地場的な中小零細企業が多いので、北海道全体では中小零細企業の比率が全国に比べて高くなっている（製造業出荷額構成で大企業<従業員300人以上>は全国48.8%に対し北海道23.9%—2001年「工業統計」）。なお、北海道における建設業の特徴については省略するが、その地場的、零細的性格が指摘でき、大型受注においても都府県大手建設資本の下請け・孫受け的存在であることを付言しておこう。

第三次産業は、卸・小売、サービス、政府サービス、不動産業、運輸・通信、金融・保険、電気・ガス・等々多岐にわたっている。これらは「ヒト、モノ、カネ」にかかわる流通、サービス・行政サービス産業であり、モノ＝生産にかかわる限り第一次産業と第二次産業に、ヒト・カネにかかわる限り地域住民の人間・社会生活に規定される。そしてヒトに係るサービス産業は所得水準、風土、県民性といった多様な要素によって規定される。なお、公務員は産業構造別には第三次産業に入るのであるが、北海道の公務員

比率の大きさ（全国3.4%、北海道5.4%）は、行政の広域化（市町村数の多さ、人口密度の低さ）、国防上の理由（自衛隊）、さらに前述の建設・土木の大きさと相俟って「国家依存・公共事業依存」を表している。

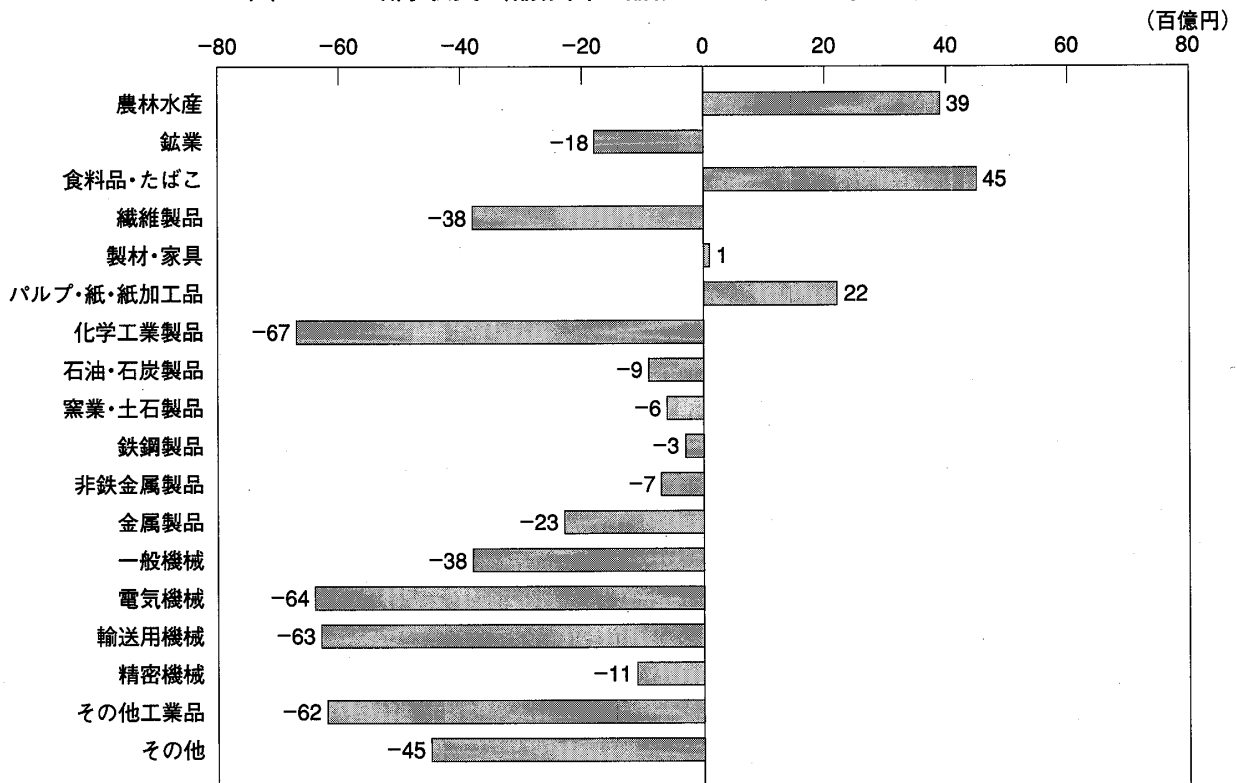
北海道の卸・小売産業に関しては次のような特徴が指摘されよう。卸対小売の販売額比を全国と比較すると、全国は3.1対1なのに対し、北海道は2.1対1であり、卸売りの比率は低い。卸売り機能の低さは、物流の都府県（とりわけ東京）からの依存を推測させる。また北海道の消費行動は、ワンストップ・ショッピングと対面販売の少なさを特徴とする。人口当り大型小売店数は全国1位、コンビニ数2位である。ワンストップ・ショッピング的消費は、人口密度の低さと公共交通機関の未完備なるが故の「車社会」、寒冷地、道民性等々に起因すると思われる。小型小売店の比重の低さは、商店街機能の低さを物語っている。さらに、北海道の観光は、近年ますます、巨大ホテルと旅行代理店依存による「囲い込み」（観光ホテルの中で飲食、買い物、遊戯の全てが行われる）傾向が強まっている。それゆえ、北海道の一大産業である観光産業も、大手・東京資本の傘下に組み入れられ、北海道の地域経済・地場産業との切断傾向を強め、地域活性化とは逆行傾向にある。

この章の最後に図1-2、北海道の域際収支を見よう。北海道の都府県への移出産業は農林水産、食料、パルプといった農業・資源のみであり、その他のすべての工業品は移入している。これに都府県からの商業移入が加わる。

以上の北海道の産業・就業構造と域際収支構造からみると次のような北海道経済の特質が浮かび上がる。

北海道は、第一次、第三次産業の比率は全国より高く、また第二次産業は比率が極端に低い構成となっている。その上、全国は建設業の方が製造業よりも低いのに対し、北海道は建設業の方が製造業よりも高いという特異な構成をもつ。製造業では、機械など加工組み立て型産業の歴史的蓄積を欠いていることが、産業関連の

図 1-2 域際収支（輸移出と輸移入の差） 北海道（1995）



(資料) 「平成 7 年北海道地域産業連関表」

(出典) 図 1-1 と同じ。

分断的状况を招き、それが就業構造にも反映している。さらに、公共事業を中心とした建設・土木と公務労働の比率の高さは、北海道経済の「国家依存・公共依存体質」、「内国植民地」的性格を示している。域際収支の構造も、商業・観光も都府県資本への従属を強いられている。

以上は、北海道全体の産業・就業構造と域際収支構造であるが、個別の地域での現われは個別的に分析する以外ない。しかし、多くの地域では産業間の内的連関のないままの状態であることは推測される。そしてさらに、われわれの実態調査の経験では、地域リーダーであるべき行政、農協、漁協、商工会、民間企業が一体となって地域産業の有機的関連を意識して地域活性化に取り組んでいる例は希である。

ここに、地域の「内発的発展」、第六次産業化による地域産業の有機的関連を強める地域活性化が要請されている所以がある。

## 第 2 章 十勝地方における畑作農業と第六次産業化

十勝地方は北海道だけでなく日本有数の畑作地帯である。しかも、第 1 章で述べたような北海道における加工原料型農業の典型的な地帯でもある。そこで、本章では第 1 節で十勝畑作農業の特徴を述べ、第 2 節で第二次産業の食品加工業に焦点を当てて、第 3 節で地域経済活性化のための食品加工企業と生産者である農家及び農協との提携関係の実態を究明する。食品加工業の振興は当然、第三次産業のサービス産業にも大きな影響を及ぼすが、今回は第二次産業の検討に限定されたという意味で、第六次産業化への接近は展望に留まる。

対象とする食品加工業は、広大な原料資源地である十勝地方を対象としたので、農家の副業的な加工部門ではなく、企業経営あるいは、企業経営に相当する会社とした。同時に、対象品

目も畜産物も含めると範囲が広すぎるので、農産物の缶詰・冷凍食品あるいは一部調理食品にとどめることにする。

### 第1節 十勝地方における農業の動向と地帯分化

#### 1) 十勝農業の地帯分化

十勝地方は、積算温度の等温線によって、チューネン圏と同様の地帯区分が可能である。積算温度2,440°C以上の地域が畑作中心の組織形態をとる中央地帯である。積算温度2,370°C～2,440°Cの地域が、畑作と酪農が混在する中央周辺地帯である。積算温度が2,370°C未満の地域が酪農を中心とした山麓・沿海地帯である。この地帯区分は、豆作の安定度を表しており、中央地帯が最も安定し、次いで中央周辺地帯がやや安定し、山麓・沿海地帯は極めて不安定であることを意味している<sup>(1)</sup>。

畜耕手刈の畜力体系からトラクター耕へ移行した段階で、畑作経営の作付体系は、豆作中心から根菜作中心に移行し、今や馬鈴しょ、てん菜、豆類、小麦の畑作4品のバランスの取れた作付体系に移行している。同時に、広大な平野に恵まれているため、農業機械化が進展し、この大型機械の経済性に規定されて、経営の単一化・専門化が進展し、かつての混同経営という形態の複合経営は少なくなって、畑作経営と酪農経営に特化しつつある(表2-1)。

十勝地方は、市町村の枠組みと地帯区分がぴったり当てはまる地域はほとんど無く、地帯的には入り交じっているのが現状である。そこで統計指標で市町村を地帯区分したのが、表2-2である。区分指標は、表2-1の酪農・

肉牛農家率を採用した。十勝地方の市町村は、このように地帯区分され、畑作の中心は中央地帯と中央周辺地帯になる<sup>(2)</sup>。したがって、加工原料野菜の産地も、主として中央地帯と中央周辺地帯に集中している。

#### 2) 農家の動向

十勝地方における農家戸数の推移は表2-3により1980年を100とすると、2000年には64にまで減少している。そのうち専業農家戸数の指数は59と、さらに落ち込みが大きい。しかし、農林水産省の「北海道農林水産統計年報(農業統計市町村別編)」によると、十勝地方の1戸あたり農業生産所得は、1985年(1983～87年の5ヶ年平均)で5,680千円、1990年(1988～92年の5ヶ年平均)で7,162千円、1995年(1993～97年の5ヶ年平均)で8,593千円、2000年(1998～2002年の5ヶ年平均)で11,397千円と、1戸当たりの農業生産所得を拡大している。但し、この数値の中には、畑作農家ばかりでなく、経営環境が比較的好調であった酪農家も含まれているので、額面どおりに評価するわけにはいかないが、畑作農家も種々の政策支援と経営者の努力により、経済的成果を高めてきたといえよう。その反面で、ふるい落とされ離農した農家も少なくなかったのである。

表2-4から、経営耕地の広狭別分布を中央地帯の代表である芽室町と中央周辺地帯の更別村とを比較すると、両町村とも多くの離農を伴いながら、経営耕地面積の拡大が進行していることが読み取れる。とりわけ、積算温度が低く、土地生産力が低い更別村では、面積規模を多く必要とすることから、より多くの離農が進む一方で、比較的大規模化が進行している。

表2-1 十勝地方の農業地帯区分

積算温度	酪農・肉牛農家率	地帯区分
2,440°C以上	20%未満	中央地帯
2,370～2,440°C	20～40%未満	中央周辺地帯
2,370°C未満	40～70%未満	山麓地帯(例外として陸別町を含)
	70%以上	沿海地帯

表2-2 2000年農業センサスによる十勝地域の地帯区分（単位：％）

地帯	経営組織	畑 単 準 単	作 一 複 合	酪農肉牛 単 準 単	そ の 他	計
	市町村					
中央地帯	帯広市	22.7	63.2	11.4	2.7	100.0
	音更町	16.4	65.8	11.5	6.3	100.0
	芽室町	15.4	74.8	8.5	1.3	100.0
	幕別町	20.3	64.5	12.7	2.5	100.0
	池田町	14.2	67.4	14.2	4.2	100.0
	平均	17.8	67.1	11.7	3.4	100.0
中央周辺地帯	士幌町	20.2	49.1	27.7	3.0	100.0
	清水町	8.1	51.3	38.7	1.9	100.0
	中札内村	19.3	57.3	17.0	6.4	100.0
	更別村	18.4	52.9	28.0	0.7	100.0
	本別町	19.2	51.5	27.7	1.6	100.0
	豊頃町	27.7	33.2	36.1	3.0	100.0
	浦幌町	8.6	57.1	31.6	2.7	100.0
	平均	17.4	50.3	29.5	2.8	100.0
沿海地帯	忠類村	18.1	6.9	72.4	2.6	100.0
	大樹町	7.4	15.1	75.1	2.4	100.0
	広尾町	9.5	4.0	85.7	0.8	100.0
	平均	11.7	8.7	77.7	1.9	100.0
山麓	新得町	22.8	30.2	43.0	4.0	100.0
	鹿追町	11.3	43.7	42.7	2.3	100.0
	上士幌町	28.3	19.8	50.9	1.0	100.0
	足寄町	18.7	33.6	42.3	5.4	100.0
	陸別町	7.8	2.6	83.4	6.2	100.0
平均		17.8	25.9	52.5	3.8	100.0

（資料）「2000年世界農林業センサス」「北海道統計書」

注1）単一経営農家：農産物販売金額1位部門の販売金額が、総販売額の8割以上の農家。

準単一経営農家：同じく、8割未満から6割以上の農家。

複合経営農家：同じく6割未満の農家。

表2-3 十勝支庁管内における農家戸数の動向（単位：戸、％）

		1980年	1985年	1990年	1995年	2000年
実数	専業農家	8,640	7,759	7,239	6,110	5,087
	兼業農家	3,065	3,164	2,715	2,571	2,385
	うち第1種	2,118	2,405	2,208	2,077	2,062
	うち第2種	947	759	507	494	323
	販売農家	11,515	10,803	9,880	8,604	7,413
	総農家	11,705	10,923	9,954	8,681	7,472
指数	専業農家	100	90	84	71	59
	兼業農家	100	103	89	84	78
	うち第1種	100	114	104	98	97
	うち第2種	100	80	54	52	34
	販売農家	100	94	86	75	64
	総農家	100	93	85	74	64

（資料）「世界農業センサス」各年次より。

注1）指数は、1980年を100とする。

表2-4 十勝主要畑作町村の経営耕地広狭別分布の変化 (単位:戸、%)

町村	規模 年	5.0ha	5.0~	7.5~	10.0~	15.0~	20.0~	30.0~	40.0~	50.0ha	計	
		未満	7.5ha	10.0ha	15.0ha	20.0ha	30.0ha	40.0ha	50.0ha	以上		
芽室町	実数	1980	63	32	35	155	294	372	—	—	—	1,010
		1990	43	20	25	79	200	420	106	14	8	915
		2000	26	11	15	38	95	307	187	48	16	743
	構成比	1980	6.2	3.2	3.5	14.4	29.1	36.8	—	—	—	100.0
		1990	4.7	2.2	2.7	8.6	21.9	45.9	11.6	1.5	0.9	100.0
		2000	3.5	1.5	2	5.1	12.8	41.3	25.2	6.5	2.2	100.0
更別町	実数	1980	21	2	6	26	44	186	—	—	—	385
		1990	18	1	3	7	10	76	135	57	18	325
		2000	7	3	2	5	6	30	76	80	52	261
	構成比	1980	5.5	0.5	1.6	6.8	11.4	48.3	—	—	—	100.0
		1990	5.5	0.3	0.9	2.2	3.1	23.4	41.5	17.5	5.5	100.0
		2000	2.7	1.2	0.8	1.9	2.3	11.5	29.1	30.7	19.9	100.0

(資料)「世界農業センサス」「北海道統計書」各年次

注1) —印は、統計値としては未集計の部分である。

2) 集計戸数は、1990年センサス以降は、販売農家のみの集計になっている。

### 3) 加工野菜(スイートコーン)の経営的評価

十勝の畑作農家の作付体系は、馬鈴しょ、てん菜、豆類(小豆、大豆、インゲン)、そして小麦の畑作4品が中心になっている。馬鈴しょは、生食用、加工用、でん原用、そして種子用の4つの用途があり、収益性や投下労働時間も大幅に異なる。収益性序列としては、種子用>生食用>加工用>でん原用の序列にある。投下労働序列もほぼ収益性序列と同じであるが、でん原用の収穫には、傷・打撲が問題にならないので、能率が3倍以上で価格が3分の1で済む専用の収穫機が使用できるため、生産コストは低くなる。

畑作農家が契約する食品加工用野菜は、食品加工会社の主力製品であるスイートコーンとまず契約し、その後に、各種野菜と契約するという仕組みになっている。

十勝地方の農家は、従来から収益最大化行動をとりやすいことは、十勝地方で線形モデルを農業経営分析や地域計画に取り入れた工藤元博士が主張しているところでもある<sup>(3)</sup>。

筆者も、十勝の農家が、農業経営者として主

体的に経済政策や経済環境に対応することができるまでに成熟しているものと評価している。筆者の試算<sup>(4)</sup>では、マルチスイートコーンとマルチをしない露地スイートコーンを自由に選択させると、35ha以下の畑作農家では、露地スイートコーンは全く入ってこない。マルチスイートコーンは、菜豆との競争に打ち勝って20h~35haまでは入ってくるという結果が得られている。しかし、現実には会社との契約でマルチスイートコーンの作付面積は、工場の操業度を高める範囲でしか契約されないため、基本となる露地スイートコーンを契約した後にマルチスイートコーンの割り当てがあるのである。したがって収益性が高いからといって、マルチスイートコーンを自由に作付け拡大をすることはできないのである。他の品目の契約野菜も、マルチスイートコーンと同様の扱いにあるため、やはり露地スイートコーンは一定程度作付けしなければならないのである。このように収益性の低い露地スイートコーンは、それ単独だけでは、いかに地力維持になるからといっても、少なくとも50ha以上でなければ栽培契約してもらえないのは困難である。また、試算結果から言え



ることは、畑作4品の価格支持がきちんとなさ  
れているから、加工用の露地野菜の一部取り込  
みが可能であり、この畑作4品の価格が低下し  
た場合、加工用野菜の契約価格を高くすればも  
ちろん栽培してもらえる。しかし、現状の契約  
価格水準では、畑作経営自体が崩壊し、地代負  
担力が小さい畜産経営が多くなるため、加工野  
菜の資源地としての役割を果たすことができな  
くなるであろう。

## 第2節 十勝地域における食品加工産業の位置 とその活動状況

### 1) 製造業における食品加工業の位置

北海道における食品加工業の製造業に占める  
割合は、従業員が42.8%、出荷額で33.4%と各  
業種に比べて、最もウェートが大きい。これに  
対して、十勝地方の食品加工出荷額は全道のそ  
れの僅か13.6%に留まっているが、十勝地方に  
おける製造業に占める割合は、従業員が  
52.1%、出荷額で66.7%と全道水準よりもさら  
に食品加工業のウェートは高くなっている  
(2002年)。しかし、十勝地方における食品加工  
業の製造品出荷額が2,474億3,183万円であ  
り、農業粗生産額+海面漁業・養殖生産額=  
2,407億5,500万円に匹敵するか、やや上回っ  
ている(2001年)。このように、食品加工業は、  
全道においても、とりわけ十勝地方においては  
第二次産業の中樞を担っていると言えよう。

### 2) 十勝における食品加工業の展開とその資 本系列

食品加工業には、農産加工品の他に、乳製品、  
肉製品、水産加工品等多岐にわたっている。ま  
た、農産加工品も、罐詰類と凍菜類を主な対象  
とし、必要に応じて一部の調理食品類や菓子類  
も対象としている、次の6社を代表事例として  
紹介する<sup>(5)</sup>。

#### ① (株)A社

〔住 所〕 河西郡芽室町  
〔資本金〕 3億1,417万円  
〔設 立〕 1948年12月29日  
〔従業員〕 正社員105名、パート常時250名

(スイートコーンの収穫時期には約  
1,000名)

〔売上高〕 62億1,221万円(2003年3月)、  
うち冷凍食品18億5,500万円

〔工 場〕 十勝工場(芽室町)、芽室工場、  
高岡工場(富山県高岡市昭和町)

〔主な製品〕 罐詰(スイートコーン、豆類、  
スープ[スイートコーン、オニオン、パ  
ンプキン])、レトルトパウチ、冷凍食品  
(カーネルコーン、冷凍軸付きコーン、  
カボチャ、ほうれん草、いんげん、枝豆、  
ミックスベジタブル、ながいも等

〔生産内訳〕 農産品90%、その他10%

〔自社ブランド比率〕 10%

〔主な取引先〕 キューピー、M乳、ライフ  
フーズ、三井物産、丸紅食料、株式会社  
中島薫商店、ホクレン、菊池食品工業、  
マルハ、国分

〔資本系列〕 M乳

#### ② (株)B社

〔住 所〕 河西郡更別村

〔資本金〕 5,000万円

〔設 立〕 1972年4月28日

〔従業員〕 79人

〔売上高〕 76億円(2003年3月)

〔工 場〕 住所と同じ

〔主な製品〕 スイートコーン罐詰、冷凍ク  
リームコーン、ホールコーン、フレンチ  
フライポテト、やまいもとろろ、コーン  
スープ、大根おろし等

〔生産内訳〕 農産品100%

〔自社ブランド比率〕 5%(B社、十勝幸福  
行)

〔主な取引先〕 ニチロ、蝶理、豊田罐詰、日  
新製糖、国分等

〔資本系列〕 (株)N社

#### ③ (有)C社

〔住 所〕 帯広市

〔資本金〕 1,000万円

〔設立〕1952年4月1日  
 〔従業員〕12名(正社員)、パート48名  
 〔売上高〕7億5,000万円(2003年7月)  
 〔工場〕帯広工場、札内工場  
 〔主な製品〕すべて冷凍食品(スイートコーン軸物、カボチャ、シャトーキャロット、ポテトフライ、ほうれん草、その他ポテト)  
 〔生産内訳〕フライ類10%、農産品90%  
 〔自社ブランド比率〕60%  
 〔主な取引先〕ニチロ、岩谷産業、京果食品、パイオニアフーズ  
 〔資本系列〕創業者資本

④ (株)D社

〔住所〕常呂郡訓子府町  
 〔資本金〕5,000万円  
 〔設立〕1967年6月29日  
 〔従業員〕約150名  
 〔売上高〕30億800万円(2004年3月期)  
 〔工場〕訓子府工場(住所と同じ)、十勝工場(河西郡芽室町)、三笠工場(三笠市)  
 〔主な製品〕スイートコーン・パウダー、味の素KKコンソメ他、スープ素材  
 〔生産内訳〕不明  
 〔自社ブランド比率〕100%  
 〔主な取引先〕味の素  
 〔資本系列〕(株)Kの子会社

⑤ (株)E社

〔住所〕帯広市  
 〔資本金〕1億1千万円  
 〔設立〕1980年10月15日((株)CA社の原料部門が分離独立)  
 〔従業員〕社員120名、パート341名  
 〔売上高〕197億円(2004年6月期)  
 〔事務所および工場〕  
 事務所：東京、十勝、上川、網走、宇都宮、岐阜、鹿児島工場：帯広工場(本社と同じ)、瀋陽工場(中

国)、その他：馬鈴薯研究所、技術センター、事務センター営業部、道内18ヶ所に支所(馬鈴薯貯蔵庫併設)

〔主な製品〕主な業務は加工用馬鈴薯の集荷と出荷(主としてスナック原料として、それ以外は調理食品、冷凍加工品、マッシュポテト、青果用)、受託生産品は、スナック(じゃがりこ)と男爵マッシュポテト

〔自社ブランド比率〕不明

〔主な取引先〕カルビー、CGグループ、ジャスコ、ヤマナカ、やよい食品、味の素冷食品、大日本製薬、川光商事、日清フーズ、松田産業、ホクレン、全農昭和、その他

〔資本系列〕(株)CA社

⑥ (株)F社

〔住所〕河東郡士幌町  
 〔資本金〕2,500万円  
 〔設立〕1973年9月7日  
 〔従業員〕正社員99名、嘱託社員11名、パート358名、協力会社96名  
 〔売上高〕116億9,700万円(2002年度実績)  
 〔工場〕本社住所。但し、子会社の「(株)PF」は、次の2ヶ所に設立している。  
 (株)PF 関東工場：埼玉県東松山市、関西工場：京都府福知山市  
 〔主な製品〕

(株)F社

- a. 菓子部門：明治製菓(株)；ポテトスティック、じゃがころ、カルビー(株)；ポテトチップス
- b. 冷凍食品部門：ホクレン；フレンチフライポテト、ダイスポテト、ナチュラルカップポテト、サラダベース、カーネルコーン、ダイスカロット
- c. 調理冷凍食品部門：ニチレイ(株)；ポテトコロケ

〈参考〉(株)PF

- a. 菓子部門：カルビー(株)；ポテトチップス
- b. 調理食品部門：クノール食品(株)；ポテトサラダ

〔生産内訳〕ほとんど農産品

〔自社ブランド比率〕冷凍食品の一部を除くとほとんどがOEM（納入先ブランド）生産

〔資本系列〕S農協(農協の子会社である(株)H社が株主である)。但し、(株)PFは、(株)F社が過半数以上の株主であるが、カルビー(株)やクノール食品(株)も若干出資している。

以上、十勝地方の6つの代表的な農産食品関係会社の概要を紹介した。これ以外にも中小のJAMフーズやMM十勝清水工場をはじめとしていろいろと存在するが、いずれも規模は零細である。

ここで紹介した6つの会社のうち、大資本系列は、(株)A社、(株)B社、(株)D社、そして(株)E社であり、(有)C社とS農協の孫会社である(株)F社のみが地場資本である。しかし、それらの地場資本自体も、大手メーカのOEM生産ということになっているので、北海道の食品加工業、ここでは農産品の加工業に限定するが、文字通り

資本に包摂されていると言えよう。S農協が実質的株主である(株)F社といえども、実現できているのはあくまでも加工のみの付加価値であり、販売の付加価値は大手食品メーカーに握られているのが現状である。(有)C社も自社ブランド製品は、60%に留まっている。

### 3) 十勝地方における冷凍食品の生産状況と輸入品との競合

食品加工業の内容はきわめて多岐にわたるので、ここでは農産物の加工をさらに冷凍食品に限定し、その生産と輸入の動向を検討する。先に紹介した十勝地方の食品加工6企業のうち、農産物の冷凍食品に直接関係するのが(株)A社、(株)B社、(有)C社、そして(株)F社であり、(株)D社と(株)E社は間接的に関係するのみである。

まず、北海道における冷凍食品の生産量をみると、農産（冷凍農産物）の合計は、かなり低迷している。それに対して調理冷食品の合計は、増加傾向から停滞に推移している。総計としてみれば、1994年までは増加傾向にあったが、95年と96年の落ち込みはあったもののその後は比較的安定的な状況にある。

さらに表2-5から、冷凍農産物の輸入量と国産・道産量および為替相場の動きをみれば次の通りである。

表2-5 冷凍農産物の輸入量と国産量及び為替レート

年	為替変動 (1\$/円)	総輸入量	(トン)		国産分	(トン)
			アメリカ分	中国分		うち北海道
1989	130	315,353	163,540	25,915	93,530	91,216
1990	150	305,144	167,388	23,767	103,587	88,295
1991	135	378,021	188,141	73,636	95,197	85,693
1992	130	400,804	200,418	74,492	105,028	87,819
1993	118	431,818	201,477	109,767	114,573	87,552
1994	107	501,040	216,431	161,239	112,810	89,260
1995	93	548,430	246,213	182,805	104,349	78,972
1996	106	604,037	267,681	213,158	91,837	68,496
1997	120	627,240	280,782	217,965	88,892	83,546
1998	130	705,569	311,742	264,551	89,894	90,297
1999	118	742,698	316,298	288,175	92,005	83,552
2000	106	744,332	296,493	305,840	94,005	77,691
2001	119	776,707	291,199	348,526	85,243	74,384
2002	130	717,220	272,134	302,259	92,090	81,862
2003	120	679,795	242,840	276,048	100,099	76,559

(資料) 日本銀行調査統計局経済統計課「経済統計年報」各年次  
 (注) 日本冷凍食品協会「冷凍食品に関する諸統計」各年次

為替相場の動きに注目したのは、1985年のプラザ合意によって日本はそれまでの為替相場を固定相場制からフロート制に移行したため、その変動は、必ず輸入品に大きな影響を与えるものと想定されたからである。事実、為替変動の変化、つまり、円高ドル安の局面で輸入量は急速に増大しているのである。1994～96年の円高ドル安期には、アメリカと中国が急速に輸入を伸ばした。2000年の円高ドル安期には、中国がさらに輸入を伸ばした。しかも、一旦、輸入が増大すると、少くも円が下がってもはやブレーキはかからなくなっている。そのことは、コスト面で国産品は太刀打ちができなくなった

ためと考えられる。事実、中国製品の凍菜価格は、国産価格の40%程度である。

最近、アメリカと中国の輸入量はやや減少しつつある。その理由は、国産品の競争力が増したというよりも、「敵の失点」に支えられたものであろう。アメリカは、BSE問題によるマクドナルドの営業不振が、中国は残留農薬問題と食品の産地国表示が影響しているとみられる(表2-6)。

なお、冷凍農産物(凍菜)の国産統計量は、国産品の統計が社団法人日本冷凍食品協会の直接会員調査によるため、回答漏れや会員以外の数値が脱落してバイアスを生じるので正確には

表2-6 冷凍農産物の品目別・国別輸入シェアの年次対比(単位:%)

年	品目 国別順位		ポテト	豆 類					ほうれん草	コーン	さといも	ブロッコリー	混合野菜	その他	合計
				えんどう	インゲン	枝豆	その他豆	計							
2003年	1位	中国	2.3	39.2	65.4	34	95.4	50.7	54.5	1	99.7	49.1	47.2	80.1	40.6
	2位	アメリカ	78.8	25.7	5.9	-	-	5	0.6	70.5	-	0.3	32	3.2	35.7
	3位	カナダ	15.2	0	-	-	-	0	-	0.5	-	-	0.1	1.3	5.7
	4位	ニュージーランド	1.3	34.8	0.3	-	0.1	5	0	25	-	-	18.6	2.6	4.6
	5位	タイ	0	0.3	28.3	18.6	0.2	15.7	0.2	0.5	-	-	0.5	4.9	4.1
	6位	台湾	-	-	-	42.9	0.4	20.8	19.6	-	0	-	0	0.1	4.1
	7位	インドネシア	-	-	-	4.5	0.4	2.2	4.7	-	-	-	-	1.3	0.8
	8位	エクアドル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.4	-	0.1	0.7
	9位	メキシコ	-	-	-	-	-	-	0.9	-	-	19.3	1	0.6	0.7
	10位	オーストラリア	1.5	-	-	-	0	-	-	1.3	-	-	0	0.2	0.6
1986年	1位	アメリカ	86.6	?	?	0.1	?	12.2	?	93.5	?	?	?	31.9	51.6
	2位	台湾	-	?	?	99.8	?	70.6	?	0.1	?	?	?	28.9	30.3
	3位	中国	0	?	?	0.1	?	7.2	?	0.1	?	?	?	29.7	7.6
	4位	ニュージーランド	0.1	?	?	-	?	8.7	?	5.6	?	?	?	5.2	4.8
	5位	カナダ	10.2	?	?	-	?	0.1	?	0.6	?	?	?	0.2	3.6
	6位	オランダ	2.7	?	?	-	?	-	?	-	?	?	?	0.9	1.1
	7位	スウェーデン	0.1	?	?	-	?	0.9	?	-	?	?	?	0.1	0.4
	8位	韓国	-	?	?	-	?	0	?	-	?	?	?	0.9	0.2
	9位	北朝鮮	-	?	?	-	?	-	?	-	?	?	?	0.9	0.2
	10位	ベルギー	0.2	?	?	-	?	0	?	-	?	?	?	0.3	0.1

(資料) (株)日本冷凍食品協会「冷凍食品に関する諸統計 各年次」  
注1) 空白(-)は、未調整部分である。

把握できているとは言い難い。これに対して社団法人北海道冷凍食品協会の調査結果では、会員以外の数値も直接問い合わせで把握しているので、北海道産の統計数値は極めて正確である。結局、北海道冷凍食品協会の話によれば、現状における国産品の凍菜生産量は約10万トンで、そのうち北海道産は70～80%を占めているということである。

これらのデータを考察すると、凍菜に限って言えば、北海道は為替変動とコスト競争によって、きわめて深刻な影響を受けてきたのである。このため価格競争に耐えきれず、本社が網走市にあり、帯広市に凍菜工場をもっていた㈱土屋は倒産し、ホクレンの食品加工工場であった幕別工場と美瑛工場を閉鎖した。

ところが、十勝地方の凍菜関係会社は、何とか生き延びたのである。これらの4会社は、独自の経営努力として新たに調理品にシフトしたり、あるいは相対的に有利な凍菜品目を拡張したりしたが、安定的に大量の原料が確保できる十勝地方の凍菜生産に対して、大手メーカーや販売会社が将来性とリスク・ヘッジを考慮して十勝地方の食品加工企業に対してバックアップしたためと考えられる。

### 第3節 産地と食品加工会社との提携問題

#### 1) 代表的食品加工会社㈱A社の操業概況

代表的食品加工会社の一事例として、ここでは罐詰と凍菜類を中心とした㈱A社を選定した。十勝地方の代表的野菜の一つであり、凍菜会社の基幹部門になっているスイートコーンのプライスリーダーだからである。

この㈱A社は、かつて本社があった富山県高岡市の工場で、1950年頃には水産物の罐詰を中心に操業していたが、㈱KPのN氏の勧めで、1953年に農産罐詰専用の工場を帯広市に設置した。そこに親会社のM乳も進出してきたので工場が狭くなり、71年に芽室町に新工場を設置して移転し、81年に㈱DIDを買収し、93年NCS(株)と合併した。さらに95年に十勝工場を調理冷凍食品の製造を開始し、99年に凍菜の製

造を開始した。したがって、もともとはスイートコーン罐詰の生産を主目的につくられた会社であるため、全国生産量の6割以上占めるスイートコーン罐詰のトップメーカーである。工場の操業度維持のためアスパラの罐詰に取り組んでいたが、原料難のため中止している。その後従業員の確保と施設維持のため、冷凍食品に取り組んでいるが、基幹部門はスイートコーンの罐詰である。

取扱品目とその操業期間は、ほうれん草(6/15～7/15)、ブロッコリー(6/20～9/15)、カリフラワー(6月～8月の3ヶ月間)、いんげん(7/25～8/15)、枝豆(8/15～9/15)、スイートコーン(8/20～9/30の約40日間)、かぼちゃ(10月いっぱい)、ながいも(11月末)、馬鈴しょ・にんじん(10/中から冬期・春期)というローテーションになっている。原料の端境期には調理食品を製造している。

#### 2) ㈱A社と生産者の契約状況

食品加工会社が経営的に安定するためには、長期的に原料を質・量共に安定的に確保することが、必須の条件である。

食品加工会社は、通常、農協を通して生産者を組織化する。その場合は、農協に生産組合、又は生産部会が組織化される。それらの部会を通して会社は生産者と接触するのである。そして、部会の要請に対応して、会社から技術指導員が配置され、トッピングや収穫のための会社請負作業が実施される。しかし、収穫のタイミングが品質を規定するスイートコーンの普通種の場合は、会社側が栽培から収穫まで一貫してコントロールする必要があるため、農協が会社と生産農家の間に介在することは困難であった。農協職員が夜間勤務までして対応できなかったからである。これに対して、スイートコーン甘味種の場合は、収穫時期が多少ルーズでも糖度がそれ程落ちないので、農協集荷になじみやすい。㈱A社や㈱B社は罐詰を生産しているので、どうしても普通種のスイートコーンが多くなるため、会社自ら収穫作業をコントロールせざるを得なくなる。

(株)A社の場合、会社が農協を通さずに直接生産農家をコントロールする組織体制になっている。生産農家は会社の原料協議会に組織化され、地域ごとに20~25戸を1単位としたブロックが形成され、その上にスイートコーン部会、いんげん枝豆部会、かぼちゃ部会、葉菜部会、根菜部会の5つの部会が形成されている。

生産農家の契約方法は、会社から委託された生産農家の一人であるブロック長がまず生産農家と契約し、次いでブロック長と会社が契約する仕組みになっている。つまり、生産農家全員と会社が契約するのではなく、間にブロック長との契約というバッファーを設けているのである。したがって、地域性のある特殊な問題に対して柔軟に対処できるようになっている。すなわち、契約内容もブロックによっては画一ではないということの意味する。同様に、同業他社もほぼ同じような契約方法を採用している。

生産農家との契約は、市場における産地と卸売・仲卸、あるいはスーパーなどの量販店とは異なり、あくまでも面積契約なのである。このことは豊凶変動によるリスクを会社が負担することを意味している。これが市場取引のように数量取引になるとすれば、逆にリスクはすべて生産農家が負担しなければならなくなる。そうすると副次作物でしかないスイートコーンを農家が作らなくなってしまう恐れがある。そのようなこともあって、会社と生産農家の契約は、すべて面積契約になっている。

契約を一旦締結してしまうと、後は会社と生産農家はそれを遵守するしかないが、それが何らかの突発的な事情で一方向的に破棄しなければならない場合は、どうなるかが問題である。一般的にはどちらかが市場退出ということになる。しかし、会社側から一方向的に契約破棄を申し入れた場合、どうなるのであろうか。

実はこのような問題が実際に生じたことがあったのである。1995年に1ドルが70円台に突入した局面もあった極端な円高・ドル安の為替相場が形成された時期の事件である。円が極端に高くなったため国産のスイートコーン罐詰

はアメリカのスイートコーン罐詰と価格面で全く太刀打ちできなくなったのである。そこで(株)A社は、事前に契約した価格(33円/kg)では、会社が持たないと判断し、生産農家に対して契約価格の変更(30円/kg)をスイートコーンの栽培後に提案したのである。このような事態が起こったのは、歴史的にみても1995年のみであった。

会社にこの間の事情を聞くと、会社側からの契約変更に対して、市場退出ということで会社の原料協議会のメンバーから離脱する人はかなりあったということである。会社から離脱する人の特徴としては、若い人達が多く、残ってくれた人達は比較的年配者が多かったとのことである。若い人達は極めてドライであり、経済的にきっちり割り切る傾向にある。そして、一旦そのように切り替えると、元に戻りにくい。その点年配者は人と人とのつながりを大事にしている。このような年配者の多くは、農業やその関連産業は豊凶変動や価格変動の影響を強く受けやすいので、会社が大変なときには自分達が協力し、自分達が凶作で苦しんでいるときには会社に協力してもらおうという考え方である。そこには、ある意味では会社と運命共同体的な発想が存在しているのである。

最終的に会社は、残ってくれた生産農家を軸に経営を再構築できたのであった。したがって、ここでの教訓は会社側と生産者側との間に、揺るぎない信頼関係を構築することが焦眉の急になるのである。その意味で、会社と生産農家は、資本に包摂されるとはいうものの、単なる収奪・非収奪だけの関係ではないことをこのエピソードは物語っている<sup>6)</sup>。

### 3) 農協の役割

食品加工会社が原料資源地に進出する場合、地域農業ばかりでなく地域経済にも大きな影響を及ぼすことは必至である。契約栽培をしてもらう生産農家の確保のためにも、あるいは有利な契約を会社側から勝ち取るためにも、農協の存在は必要である。しかし、農協の対応力によって、その対応の仕方はまちまちである。農家を

きっちりと把握し、確実に原料を供給できる農協とそうでない農協とでは、食品会社の対応は大きく異ならざるを得ない。士幌町農協を中心とした5農協の広域連合体にみられるように、農協自体が主体的な組織力と経営力を身につけることによって、巨大な食品加工会社とある程度主体的に対応できたり、少なくとも加工の付加価値を得ることができるようになるのである。原料だけを販売することからすれば、そこには雲泥の差が生じる。

未組織の農協が組織化する時、農家のための農協という原点に立ち戻っての連合、あるいは合併による組織化がこれからの課題になるであろう。そのことは当然のこととして、連合会との関係の見直しになるであろう<sup>7)</sup>。

わが国の大手食品加工会社ばかりでなく、中小の会社も、中国やアメリカとの競争に耐えて、十勝地方という資源地で立地していくためには、コスト低減だけで対抗することは、困難であろう。その対抗すべき基本方向としては、高品質と安全・安心を志向すべきであり、安全性については有機栽培や特別栽培、安心についてはトレサビリティなどに取り組むことが製品の差別化になる。加工農産物の生産農家が積極的にこれらの安全・安心対策に取り組むかどうか、食品加工会社が十勝で存続できるかどうかを決定するキーポイントになるのではなからうか。生産農家が積極的に取り組むのであれば、生産者自身だけではなく、これらの食品加工会社をも支えることになるであろう。

### 第3章 日高地方における競走馬産業と第六次産業化

北海道・日高地方は、いうまでもなく「優駿のふるさと」=日本最大の軽種馬（競走馬）産地である。しかも競走馬が地域農業、地域産業の主軸を成す。その競走馬生産が、今日、平成不況、国際化、地方競馬の縮小という「三重苦」の中で苦境に喘いでいる。

日高地方は、競走馬が地域農業の主軸を成し

ているとはいうものの、実は地域農業、地域産業との有機的関連をあまりもたずに「競走馬モノカルチャー」として今日まで存立してきてしまった。その中での不況である。日高地方の地域活性化を図るためには、競走馬生産の発展を考えるだけではなく、他の農業・産業との連携を図り、競走馬生産=馬文化を中心とする総合産地化=第六次産業化を図ることが急務である。

そこでこの章では、まず第1節で日高地方における競走馬産業の位置を確認し、第2節で日高地方における競走馬関連産業とその規模を計測し、第3節で地域活性化=第六次産業化のための提案を述べていく。

#### 第1節 日高地方における競走馬産業

日本の競馬は、戦後の高度成長期以降いくつかの活況・ブーム期と不況・停滞期を繰り返しながら発展してきた。競馬の売得金（売上-中央競馬と地方競馬の合計）のピークは1997年の4兆7千億円であり、2004年は3兆3千億円へと下がったが、それでも中央・地方合わせた売上額は世界の売上総額の約3分の1を占めるに至っている。そうした競馬の発展の過程で、競馬にかかわる新たな産業が生まれ、競走馬産地が形成された。特に北海道・日高地方は日本有数の競走馬産地であり、関連産業を含めた一大産地を形成している。

日高地方は、今日では全国の生産者の67%、生産頭数の73%を占めている。種牡馬は69%、さらに、育成牧場数の51%、育成施設の86%、市場開設回数数の60%、スタリオンの65%、競走馬商社の89%が日高に集積している（以上2000年）。

実は、今でこそ競走馬生産は北海道に集中し、日高は「優駿のふるさと」として、全国に名を馳せているが、戦後の馬産が開始された1955年時点で日高の生産牧場は全国の14%、北海道全体でも17%に過ぎなかったのであり、日高地方は全国的には競走馬生産の数ある地域の一つに過ぎなかったのである（表3-1）。戦後の馬産新

表3-1 地域別競走馬生産牧場数の推移(戸、%)

	1955年		1965		1985		2000	
日高	354	14.0	1,069	40.6	1,657	62.1	1,386	66.5
胆振	40	1.6	113	4.3	129	4.8	101	5.2
十勝	30	1.2	59	2.2	72	2.7	50	2.6
青森	432	17.1	439	16.7	246	9.2	132	6.8
岩手	219	8.7	57	2.2	37	1.4	22	1.1
宮城	189	7.5	164	6.2	82	3.1	56	2.9
福島	310	12.3	157	6.0	62	2.3	26	1.6
栃木	39	1.5	20	0.8	18	0.7	11	0.6
群馬	116	4.6	8	0.3	5	0.2	9	0.5
埼玉	51	2.0	7	0.3	6	0.2	6	0.3
千葉	52	2.0	51	1.9	98	3.7	73	3.8
熊本	—	—	—	—	40	1.5	29	1.5
宮崎	360	14.3	235	8.9	67	2.5	24	1.2
鹿児島	291	11.5	251	9.5	144	5.4	102	5.3
合計	2,526	100.0	2,632	100.0	2,669	100.0	1,935	100.0

(資料) 日本軽種馬登録協会・日本軽種馬協会「軽種馬統計」2001年より作成。

(注) 1) 日本軽種馬協会会員数を競走馬生産牧場数とした。

2) 各支部ごとの集計である。青森の支部名は東北支部である。

3) 支部外の会員があるので計は合わない。

興地帯は北海道、青森、千葉である。しかし、青森や千葉は牧場数で一時増加したものの、すぐ減少に転じた。それに対し、北海道のみが生産地帯としての役割を拡大してきたのである。

競走馬経営は、放牧地、採草地、馬場、施設用地などの広大な土地が必要であり、北海道以外は都市化・地価高騰のあおりを受け、そのうえ、労働力の高齢化、後継者難によって牧場数は減少している。また、競走馬生産は、種牡馬をはじめ、生産資材、馬具、獣医、装蹄、馬輸送、共済・保険、情報、支援組織等関連産業との関係をなくしては成り立たない。そのため、馬産は主産地に集積する傾向にあり、日高地方が戦後競馬の発展とともに日本馬産の主要集積地になってきたのである。つまり、戦後の競走馬産地は旧馬産地から引き継がれたとはいえ、戦前の馬(軍馬、農耕馬)と競走馬とは、飼養管理・技術やコスト体系が異なり、馬が競走馬として特化するにつれ、旧馬産地の多くは解体・縮小し、北海道・日高地方のみに集中するに至ったのである。また、サラブレッドは馬の

中でも皮膚が薄く、暑さに弱いということも北海道・日高への特化を促した。競馬の国際化は、さらに高度な飼養管理・技術と関連施設・組織を必要とし、そのことが日高をさらに集中地域にさせたのである。

また、日高地方の農業構造を決定的に変えたのは米の生産調整政策である。戦後の競馬が急成長を遂げたのは1960後半～70年代である。米の生産調整は1968年に試験的に、本格的には70年より始まった。1970年当時の日高管内の減反率は20%であり、転作作物の82%は飼料作物(ほとんどが馬の飼料)であった(2003年の減反率は71%で転作の80%が飼料作物)。日高地方の稲作は、戦前から河川の沖積地に作付けされ、三石米、静内米という北海道の中でも良質米地帯として位置付けられていた。しかし、日高地方は北海道の他の水田地帯に比べ面積が小さく、規模拡大による構造転換によって活路を見出すには困難な地帯であった。そこへ、折からの競馬ブームである。あつという間に水田が牧草地に変わり、米が競走馬に取って代わる主役に



表 3-2 農業粗生産額の推移（単位：億円、%）

年度	北海道			日 高		
	粗生産額	軽種馬	割合	粗生産額	軽種馬	割合
1965	2,033	62	3.1	151	32	21.6
1970	3,454	151	4.4	186	117	62.6
1975	6,743	227	3.4	308	174	56.4
1980	8,954	338	3.8	346	215	62.1
1985	10,911	340	3.1	472	284	60.2
1990	11,175	551	4.9	652	475	72.9
1995	11,143	379	4.5	508	336	66.1
2000	10,551	431	4.1	522	353	67.6

（資料）農林水産省統計情報部「生産農業所得統計」

なっていたのも無理からぬことであった。日高支庁管内の農業粗生産額の推移をみると、1965年に競走馬は22%だったのが、70年にはあつという間に63%となり、以降は60~70%台と主役の座をつとめるようになったのである（表3-2）。

日高地方は北海道の背骨をなす日高山系の南側にあり、東西112km、南北120kmにおよび、面積は4,838km<sup>2</sup>で和歌山県(4,722km<sup>2</sup>)や福岡県(4,966km<sup>2</sup>)の広さに匹敵する。東は日高山脈をへて十勝、上川地方に、西は夕張山地をもって胆振地方に接続、これらの山地と太平洋に囲まれているため平場部分が極端に少なく耕地面積は狭い。耕地率は、戦前は僅か3%、現在もようやく8.3%（2000年）に過ぎない。耕地に関しては、北海道でも最小の条件不利地域であるため、規模拡大が求められる土地利用型の農業が成立しにくい地帯である。

他方、日高山系の分水嶺に源を発している、沙流、門別、厚別、新冠、静内、三石、元浦、幌別、様似、幌満、歌別など大小30の河川は、蛇行少なく、互いに並行して北東から南北に向き、太平洋に注いでいる。また太平洋に沿った海岸線は165kmに及び、この海岸線に沿って発達した海岸段丘と、河川に沿って形成された狭小な沖積地とがこの地方で唯一の平坦部を形造っているが、馬産地帯はこうした沖積地の比較的海寄りの地域と海岸段丘面を中心に展開し

ている。

ところで、日高のように山地より沢沿いに小河川が並行し海に注ぎ込み、河川に沿って形成された狭小な平坦部に農業が立地する土地利用の構造をわれわれは「櫛の歯構造」と呼んでいる。そこで成立する第一次産業は、河川の下流域から上流域にかけて漁業、水稻、畑作・畜産、林業の順に立地している。「櫛の歯構造」の農業集落の特徴を指摘した七戸長生氏によれば、海岸沿いの集落は漁業もしくは他産業との「混住集落」が多く、やや内陸に入ったところで「純農業集落」、さらに奥の山間部だと林業との関係で「混住集落」が存在する<sup>(8)</sup>。このような「櫛の歯構造」は道南全般や留萌、さらには宮崎県、大分県、和歌山県の海岸線の地域にも存在するという。

道南地方は、北海道の中では歴史が古く「櫛の歯構造」と相俟って、特殊な集落社会の形成と意識構造を生み出している。即ち、封建制の遺産を受けた土地所有の構造から「共同体的性格」が強く、「櫛の歯構造」であるが故に集落間の交流は少なく分断、孤立状態におかれており、住民の視野は狭く、競争もしくは協力関係が鈍いという点である。

以上、日高地方への競走馬生産の特化の過程を確認し、日高地方における競走馬産業の位置をみてきた。戦後、新たに創出された競走馬産業だが、急激に成長した故に地域的には「モノカルチャ的脆弱さ」をもっている。さらに日高地方のような「櫛の歯構造」が、後に述べるような、地域内の農業部門間、集落間、地区(沢)ごとの連携・交流を妨げ地域農業、地域産業との有機的関連をあまり持たず、ここに地域産業、地域間の第六次産業化を図ることが必要な根拠がある。

## 第2節 競走馬の関連産業とその規模

競走馬生産は、生産、育成、流通、消費（競馬）という各段階で様々な関連産業と経済関係を持つことで成立している。それらは生産地周辺に集積し、馬産地帯を形成する。競馬先進国

でも、イギリスのニューマーケット、フランスのシャンティイ、アイルランドのダブリン、アメリカのケンタッキーなどの競走馬集積地がある。日本の場合は、北海道日高地方が最大の馬産地であり、そこでの馬産業を含めた経済波及効果は他の農業地帯に比べ格段に大きい。

表3-3は、競走馬関連産業の枠組みをまとめたものである。ここでは、競走馬関連産業を大きく、狭義の関連産業と広義の関連産業とに区分している。狭義の関連産業は、①経営面に関わる金融機関、経営コンサル、共済・保険業などと、②生産・販売面に関わる生産資材販売業（飼料・肥料・農薬等）、競走馬経営、繁殖牝馬供給（セール・相対取引）、生産物販売市場、③飼養管理にかかわるサービス業として、獣医・診療、馬具業者、装蹄・削蹄業、育成業、馬輸送業などが存在する。これらは、競走馬の生産・育成・流通という各生産過程及びその生産主体となる競走馬経営に対する関連産業であり、競走馬生産及び経営に直接関連することから狭義の関連産業と区分した。これに対し、広義の関連産業は、地域内に狭義の競走馬産業が集積し競走馬産業地域が形成されることにより、他産業に波及するものであり、具体的には、観光客、競馬ファンを標的市場としたホテル業、観光業、飲食業、土産業などが区分される。また、馬産としての広がりから波及する乗馬、ホースセラ

ピー、馬関係の研究機関、教育機関、馬事文化施設、馬事文化祭事・イベントなども広義の関連産業として位置付けられる。

日高の競走馬粗生産額は、2000年度生産農業所得は統計上353億円とされている。しかし、日高の競走馬産地には生産牧場だけではなく、多種多様な関連産業が存在しており、その経済波及効果を加味すると、産業としての生産額は相当の規模と推計される。

そこで、本稿では、日高の競走馬関連産業の構造、実数を実態調査より把握し、そのデータから各産業の事業構造と市場規模を明らかにしていく<sup>(9)</sup>。

競走馬産業分析の枠組みとして、各産業を、①金融市場（市中銀行、農協金融）、②労働市場（常雇、事業体、就業者数）、③生産財市場（種付、繁殖牝馬、飼料、肥料、その他生産資材、馬具）、④サービス（獣医・診療、装蹄・削蹄、産地育成、馬輸送、共済、保険）、⑤生産物市場（セリ市場、庭先販売）に分け、事業主体ごとの分析を行った。

### ① 競走馬産業における金融市場の規模

表3-4は日高地方の金融市場規模の推計である。日高管内の競走馬貸付は総額で412億円であり、うち市中銀行（6行）が119億円（29.0%）、農協系統（8農協）が292億円

表3-3 競走馬関連産業の枠組み

	経営	生産	飼養・育成	販売
狭義	金融業 建設業 経営コンサルタント 保険 共済 販売コンサルタント	飼料 肥料 生産資材 農機具 種牡馬 繁殖牝馬	獣医・診療 馬具業者 育成専門業者 装蹄・削蹄 馬輸送業	公設市場 民間市場 トレーニングセール 家畜商
広義	商業 購買客 宿泊業 商店街 タクシー 飲食店	観光 観光客 観光施設 土産業 テーマパーク	馬事文化 乗馬 イベント ホースセラピー 研究機関 教育機関	競馬関係 産地競馬 ファン来場 草競馬 養老・観光牧場

(71.0%)である。市中銀行は総貸付額の11.2%を、農協系統は68.2%を競走馬産業へ供給している。これらは、長期的な投資資金と短期間の営農資金として使用されているが、事業主体の性格から前者は市中銀行・農協であり、後者は農協が多くなっている。近年の傾向として、競走馬貸付に占める農協金融の割合が相対的に増加している。また、ここでは、自己資金の規模の推計は行っていない。

### ② 労働市場の規模と雇用効果

競走馬関連の労働力とは、生産・育成牧場での家族・雇用労働力と競走馬関連部門及び関連団体における雇用とがある。表3-5は競走馬産業における労働力と雇用を示したものである。生産牧場1,108戸7,347人、育成牧場130戸1,924人、関連産業126社1,277人、総数10,548人が就業しており、他の農業と比べ極めて高い雇用効果が認められる。

### ③ 生産財市場の規模

表3-6より競走馬生産・飼養管理に関わる物・財の市場規模を推計すると、種付(2社+15種馬場)=139.7億円、繁殖牝馬(1,108戸)=18.8億円、生産資材(8農協+11社)=37.6億円、馬具(7社)=1.8億円であり、総額で197.9億円の市場規模となっている。この大部分は種付で占められており、競走馬生産における種付市場の大きさが示される。種付市場規模については、種牡馬所有形態ごとに、その種付条件・価格を個票別データより算出し、平均値・割合を算出した。種付、繁殖牝馬は、生産者及び馬主が支払うものであり、受け取るのは種付事業

を行う各競走馬団体と商社機能を介して受け取る一部の生産者となっている。また、生産資材のうち飼料や馬具は、生産牧場のみならず育成牧場でも多用されており、近年の産地育成の拡大が市場規模を押し上げていることが調査より確認されている。全体的な資金循環に関しては、ここでは解明されていない。

### ④ サービス部門の市場規模

表3-7より、競走馬生産・飼養管理に関わるサービス部門の市場規模を推計すると、獣医・診療(3団体+98人)=8.7億円、装蹄・削蹄(45人)=3.8億円、馬輸送(9社)=17.9億円、育成(130戸)=56.9億円、共済・保険(1団体+5社)=8.2億円であり、総額で95.7億円となっている。近年、産地での育成が急速に進んでおり、それが市場規模に反映されている。特に、育成牧場の市場規模全体のうち1~2歳の騎乗馴致段階の育成が78%を占めており、競馬場入厩前の騎乗調教が大きな位置付けを持つようになっている。

### ⑤ 生産物の市場規模

生産物の流通に関して、庭先販売・市場販売の仕分けを行った上で試算した。近年市場主催者の新規参入、市場形態の多様化に伴い、市場の位置付けが高まっている。1998年の第三者販売のうち市場販売率は11.0%であったものが、2000年では22.0%と倍の割合まで増加している。生産頭数に占める市場販売率も10数年前までは4~5%を占めるに留まっていたが、現在は15.2%にまで増加している。

これを基に表3-8の生産物の市場規模を作

表3-4 金融市場の規模

(単位：百万円、%)

	貸出金	うち：競走馬	競走馬割合	預・貯金	うち：競走馬	競走馬割合
市中銀行7社	106,968	11,940	11.2	197,093	—	—
農協	42,887	29,265	68.2	50,706	18,345	36.2
漁組・労金	22,696	—	—	44,468	—	—
総計	279,519	41,205	14.7	489,360	—	—

(資料) 日高管内金融機関資料、農協資料等により小山良太氏作成。

注1) 数値は2000年3月であり、農協の競走馬貸付、貯金のみ99年。

2) 農協には、信連の直貸を含まない。

表3-5 競走馬産業の雇用規模

		事業体数 戸・社	就業者数 人	1事業体当就業者数 人
生産牧場		1,108	7,347	6.6
育成関連	育成牧場	130	1,924	14.8
	BTC	1	54	54
	JRA日高育成牧場	1	77	77
BSA関連	スタリオン	10	60	6
	競走馬商社	7	43	6.1
軽種馬団体	日高軽種馬農協	1	43	43
	日本軽種馬協会	1	8	8
農業団体	総合農協	8	700	87.5
	NOSAI	1	53	53
関連産業	飼料業者	13	39	3
	馬具業	9	22	2.4
	開業獣医	45	45	1
	装蹄・削蹄業	20	45	2.3
	馬輸送業	9	88	9.8
合計		1,364	10,548	7.7

(資料) 各業種の業務報告書、パンフレット、聞き取り調査を基に小山良太氏作成。

注1) 馬具業者からは、競走馬商社従業員を除く。

2) スタリオン従業員は、競走馬商社に雇用されている場合もあるがここでは分離して示してある。

3) 日本軽種馬協会は、静内種牡馬場の従業員。

4) BTC(競走馬育成調教センター)、JRA 日高育成牧場は浦河町西舎地区にある育成関連のにある育成関連施設である。

5) 総合農協は1999年北海道農協要覧の数字である。

6) 競走馬商社からは胆振の社台スタリオンステーションを除く。

表3-6 生産財の市場規模

(単位：件、百万円)

事業主体	種付市場		繁殖牝馬		生産資材		馬具	合計
	団体	民間						
推計額	シンジケート	9,113	減価償却	1,876	飼料	2,924	—	13,913
	個人	3,854	—	—	肥料	534	178	4,566
	組合	149	—	—	他	303	—	422
	協会	851	—	—	—	—	—	851
	(セール分)	<200>	(セール分)	<734>	—	—	—	—
合計		13,967		1,876		3,761	178	19,782

注1) 「セール分」は、推計額に含まれない。

2) 種付市場は、1999年度のJBISデータを基に、種牡馬ごとに平均種付料×種付頭数×種付条件比率×条件適合件数(受胎、生仔条件など)により推計し、総額を事業体ごとに算出。

3) 繁殖牝馬の更新額は、生産費調査の原価償却額から算出した。

4) 生産資材に関して、飼料総額は、生産費調査からの推計、肥料・他資材は、各単協要覧資料から軽種馬農家割合により推計。

5) 馬具は、馬具業者への調査による単価・売上高から総額を推計。

成した。これによると、市場販売は2000年の3世代合計の実数値で146億円であり、庭先販売は、1世代推計値で219億円となっている。総額で、366億円の規模となっている。

以上、財・サービス市場の事業主体ごとにみた市場規模は、生産者主体企業（地場資本の競走馬商社、育成牧場など）=207億円、競走馬関

連団体=13億円、農業団体=17億円、民間業者=56億円となっており、財・サービスの市場規模は294億円であり、生産物市場と合わせると660億円となる。統計上の粗生産額354億円の1.86倍である。実は、これらの推計は不十分である。本来、市場規模の計算は、産業連関表を元に推計することが必要であるが、今回は積

表3-7 サービス部門の市場規模

(単位：件、人、百万円)

事業主体	獣医・診療		装蹄・削蹄		馬輸送	育成		共済・保険	合計
	3団体		45人		9社	130戸			1団体+5社
人数	98人		-		88人	1,924人			-
推計額	共済	257	雇用自営	120	-	中期	414	共済	642
	軽農	318	自営	225	-	後期	4,243	保険	182
	開業	300	兼業	40	-	休養	248		-
合計	875		385		1,792	5,692			824

- 注1) 獣医・診療の事業主体は、NOSAI (41人)、日高軽種馬農協 (12人)、開業獣医 (45人) であり、全2団体は業務資料の実績であり、開業獣医の市場規模は聞き取り調査による。
- 2) 装蹄・削蹄師の市場規模は、聞き取り調査により算出した。
- 3) 馬輸送業は、事業主体への聞き取り調査と業務資料の実数値より算出。
- 4) 産地育成の市場規模は、中央畜産会「育成牧場調査1997年」のデータより、地区別実績・単価・年齢・調教内容を考慮して算出した。BTC実績も含めてある。
- 5) 共済に関しては、NOSAI資料より実数を得た。保険に関しては、生産費調査のデータから算出した。

表3-8 生産物市場の規模

		上場頭数 頭	販売頭数 頭	総売上 百万円	平均価格 円
日高軽種馬農協	当歳	151	39	537	13,760,385
	1歳	2,497	868	5,524	6,363,968
	2歳	81	53	337	6,361,415
	小計	2,729	1,229	6,398	5,205,642
競走馬協会	当歳	286	173	6,066	35,066,000
プレミア	TS	100	55	741	13,474,364
ひだか東	TS	103	71	828	11,663,380
サラ計		3,218	1,259	14,033	11,146,326
日高軽種馬農協	アラブ	553	269	616	2,289,586
市場合計		3,771	1,528	14,649	13,435,912
		生産頭数	販売頭数	総売上	平均価格
庭先販売	サラ	7,868	4,249	21,467	5,052,488
	アラ	1,038	561	509	908,889
	庭先総数	8,906	4,809	21,976	4,569,549
販売額合計		-	6,337	36,625	-

(資料) 日高軽種馬農協市場資料2000年、日本軽種馬協会「軽種馬生産統計」より小山良太氏作成。

- 注1) 市場販売は、2000年北海道市場実績。
- 2) 庭先販売頭数は、庭先販売率54%として推計。
- 3) 庭先平均価格は生産費調査99年の農家経済・育成馬収入を販売頭数で割ったもの。
- 4) データ処理の関係上、胆振を含めた。

み重ね方式の推計である。とはいえ、それでも660億円の関連産業の集積、粗生産額の1.86倍という数値が確認された。さらに、ここでは分析に加えていない広義の関連産業(商業、観光、乗馬など馬事文化関連、競馬施行面)を加えれば、さらに大きな産業として位置付けられる。

### 第3節 日高地方における総合産地化と第六次産業化

今日、競走馬産地は、平成不況、国際化、地方競馬の縮小という「三重苦」の中で苦境に喘いでいる。北海道日高地方に日本の競走馬産地が集中してからは、競馬不況は日高地方の経済に集中的な打撃を与えた。今日、日高地方の地域経済活性化のためには、つぎの段階での方策が必要であろう。

- ① 第一次～第三次産業それぞれの産業・部門での活性化、とりわけ中心産業である競馬不況の克服、競馬体系の再構築と競馬不況を産地で克服する方策。
- ② 第一次産業間、とりわけ農業部門における総合産地化を図ること。「競走馬モノカルチャー」からの脱却を図ること。
- ③ 競走馬・産文化を中心とした地域産業の有機的結合＝第六次産業化による活性化方策。

以上の①～③は相互に関連しており、長期的な地域戦略と行政・関連団体の主導によるシステム化が必要である。その際、個々の部門・地域での取り組みだけでなく、日高地方全体としての戦略が必要不可欠であることを再度強調しておきたい。

①の競馬不況の克服・競馬体系の再構築と競馬不況を産地で克服する方策に関しては紙幅の関係で筆者の別稿を参照願いたい<sup>(10)</sup>。

さらに②の日高地方の総合産地形成に関しても筆者らはいくつかの提案をしてきた<sup>(11)</sup>。現在、競走馬産地では他農業との複合化を進め、競走馬生産と組み合わせた総合産地形成に取り組んでいる。実際に平取町のトマト、静内町のミニトマト、門別の軟白ねぎ、新冠町のピーマン、三石町・平取町を中心にしたデルフィニウ

ム・スタチースなどの花卉、三石町・浦河荻伏の黒毛和牛、えりも町の短角牛等々の産地が形成され、競走馬生産からの転換を含め、農業の複合化は進みつつある。しかし、全体からすると販売戦略を含めた日高地方の複合化は緒に付いたばかりであるし、生産における地域複合戦略(馬の厩肥や米・野菜の副産物の地域的有機的利用)はまだまだ展開されているとはいえない。この問題も次の第六次産業化構想とのかかわりでの戦略が必要であろう。日高地方は北海道の中では比較的温暖であり気象条件に恵まれているが、野菜、花卉、畜産とも北海道の他の産地ではかなり以前に産地化への取り組みをしてきたし、日高は後発である。後発ではあるが、競走馬を中心とした産地作り、地域のまとまりがあれば、後発を先進にすることは可能であろう。

そこで、本章の最後に③の、地域産業の第六次産業化への提案を試みよう<sup>(12)</sup>。

日高の「活性化」のためには、「馬事文化の中心地としての地域づくり」と日高山脈や馬のいる美しい景観とを利用した第六次産業化の長期目標、いろいろな産業との総合的・有機的な組み合わせが絶対に必要である。

日本の競走馬の生産は北海道日高地方に集中してきた。また、日高地方には、競走馬生産部門のみならず、獣医、装蹄・削蹄業、飼料業者、馬具業者、競走馬保険業者など多種多様な関連産業が集積し、一大競走馬産業地域を形成している。表3-9を見よう。日高地域の総就業者48,669人のうち22.0%、10,548名が直接的な競走馬関連産業に就業している。さらに、この表によれば日高地方では農業粗生産額533億円のほか水産業155億円、工業51億円、卸小売1,420億円、飲食業56億円と総計2,213億円になる。問題は各産業相互の関連である。日高地域の商業、建設業、飲食店、市街地、ホテル・観光業、運送業などは、馬産地日高に存在することにより、馬産と密接な関係にある。しかし、前述のように、日高地方が競走馬を地域農業の主軸を形成しているとはいえないものの、他の地域

農業、地域産業との有機的関連をあまりもたずにいる。否、むしろそれぞれの産業は関連をもたず、個々の産業も地域的に分断されてきた傾向にある。競馬の馬主、関係機関、ファンは都府県に多く存在するということがあって、競馬に係る関連産業は東京資本との関連が強い。この点はまだ未調査だが、例えば牧場の馬場、放牧・採草地、施設的设计・建設でも、大きな仕事は大手資本、地元資本は大手の下請け・孫受けか零細な仕事であるのが一般的であり、競走馬市場開催に関しても企画、宣伝、印刷は大手資本のものが圧倒的に多いようである。さらに、競馬クラブ法人が主催するツアーの企画は大手観光資本、運輸・交通・宿泊は札幌・東京・外資系の会社でというものが多くある。

競走馬産業は関連産業が多く、雇用・経済波及効果の大きい産業ではあるが、地域内の意識的、組織的な取り組みがないと、せっかくの関連性が分断されてしまうことも事実である。日高独自の事業、企画であっても日高地方全体の協力・協調関係は希薄であった。前述のように道南地方に強い「共同体的性格」と「櫛の歯構造」の故に集落間の交流は少なく分断、孤立状態におかれてきたという「伝統」も協力関係が鈍いという点に輪をかけているように思われる。

また、表3-10は日高地方における馬文化・イベントの一覧である。イベント、テーマパー

ク、温泉とセットになった宿泊施設・観光業などとの連携を図れば地域活性化は進むであろう。地域が一丸となって、「馬の産地」日高のプロモーション活動と地域内でのネットワークづくり、施設等の連携を図る必要がある。観光資源としても、馬事文化的な意味でも日高地方の持つ潜在的価値は高いものを持っている。競走馬の生産とこのような地域資源と連携を図る地域づくりを推進していくと、地域住民、地域社会との関係をより高度に構築していくことが必要である。このような方向性のなかではじめて産地対策を行うコンセンサスが得られるのである。

### まとめにかえて

本稿は、北海道の農村地域活性化のために「地域経済の第六次産業化」を提起しその課題を探ることにある。第六次産業化とは、第一次産業である農林水産業を基礎に、農林水産物を加工する第二次産業、さらにその加工品を軸としたサービス・観光産業（第三次産業）を地域的に結合し、地域の総合産地化・活性化を図ろうとするものであった。

北海道は、第1章でみたように産業構造が歪行的なだけでなく、それぞれの産業の内的関連が分断される傾向にある。とりわけ、北海道の基幹産業である第一次産業を中心とした経済の

表3-9 日高地方における戸数・粗生産額・就業者にみる競走馬の位置

	総数	農業	うち競走馬	水産業	工業	卸小売業	飲食業	産業合計に占める競走馬の位置	生産業に占める競走馬の位置	日高農林水産業に占める競走馬の位置
世帯数・事業体数 A	35,531	2,476	1,286	1,687	171	1,281	318	3.6	29.7	30.9
人口 人 B	86,297	10,900	-	-	-	-	-	-	-	-
粗生産額 百万円 C	221,309	53,300	36,200	15,463	5,096	141,897	5,553	16.4	49	52.6
就業者 人 D	48,669	9,858	7,347	1,771	2,446	6,931	1,121	15.1	52.2	63.2
C/D 百万円	455	541	493	873	208	2,047	495	-	-	-
C/A 百万円	623	2,153	2,815	917	2,980	11,077	1,746	-	-	-

(資料) Aは住民基本台帳人口世帯数調(2000年)及び「北海道農業基本調査概況調査」(1999年)

Bは、農水省「農業構造動態調査」(1999年)

Cは、北海道「北海道農業統計書」(2001年)及び農水省「生産農業所得統計」(99年)

Dは、北海道「北海道農業統計書」(2001年)及び1997年中央畜産会軽種馬生産牧場調査による。

広がり狭く、加工型産業、サービス産業との関連が遮断され、商店街機能の脆弱さ、観光・サービスの外部依存、東京依存と相まって経済の活性化を妨げている。

本稿では、第2章で十勝地方、第3章で日高地方の農業構造とそれを基礎とした第二次産業、第三次産業の関連を分析し、第六次産業化への課題を探ってみた。しかし、十勝地方の分析では第三次産業との関連は解かれていないし、日高地方の分析では第一～三次産業の関連は解かれているものの有機的関連への課題は提起にとどまっている。そこで、ここでは二つの地方の今後の課題を述べまとめに代えよう。

十勝地方の分析では、第一次産業の農業と第二次産業の食品加工業との複合化分析にとどまり、第三次産業まで有機的にリンクすることができなかった。結局、第三次産業とリンクし易いのは第一次産業であり、第二次産業と第三次産業とのリンクはどうしても間接的な関係にとどまる場合が多い。したがって、今回は十勝地方における地域活性化のための第六次産業化構想を提起することができなかった。第一次産業と第三次産業との複合化分析も含めて、残された課題である。

日高地方の第六次産業で重要な鍵は「馬事文

化の中心地としての地域づくり」であり、馬文化と「馬のいる農村景観」を利用した戦略的な地域づくりを進めていくことである。

この点で日本の馬文化に関してはいくつかの問題がある。

日本では、競馬はスポーツや文化というよりギャンブルとしての性格が強く印象付けられている。日本では競馬施行の目的が、財政的理由(中央競馬は国家財政、地方競馬は地方財政)にあることとも関連している。現在(2002年)日本には、10万6千頭の馬がいるが、その中で軽種馬(競走馬)が60%を占め、さらにその90%はサラブレッドである(農水省畜産部「馬関係資料」)。ところが、明治・大正・昭和の初期までは日本にも軍事、輸送、農耕用に約150万頭の馬がおり、日本の馬文化、農村文化を形成していた。終戦とともに軍馬はいなくなり、農耕は耕耘機・トラクターなど農業機械に代わり、運搬はトラック、乗用車に変わった。そして、現在の日本人にとって馬といえば競馬、しかもサラブレッドに特化している。

馬文化とは、観光・レジャー・スポーツ、教育・文化などである。近年は、乗馬、ホーストレッキング・エンデュランスなど馬を活用したレジャー・スポーツの普及、ホースセラピー(乗馬療育)など情緒教育・診療面での新たな活用

表3-10 日高地域における馬を使った祭事・イベント

	場 所	開催日	事業費(千円)	入込数
1. とねっこカーニバル	門別町	10月	4,944	5,000
2. 駒まつり	新冠町	8月	5,410	3,000
3. オーマイフェスティバル	静内町	9月	1,000	3,000
4. みついし蓬萊山まつり	三石町	7月	400	200
5. 三石町家畜品評会小格馬の部	三石町	—	—	—
6. シンザンフェスティバル	浦河町	7月	5,500	15,000
7. 浦河競馬祭	浦河町	10月	16,000	300
8. 町民乗馬大会	浦河町	7、10月	—	120
9. 騎馬参拝	浦河町	—	—	—
10. 「税を知る週間」騎馬パレード	浦河町	—	—	—

(資料) 21世紀馬産地対策検討会議・北海道日高支庁『明日への飛躍』2001年及び小栗康之「広義の関連産業への広がり——馬事文化に注目して——」馬クラスター研究会『馬産業の経済波及効果と馬クラスターによる地域活性化』2002年のデータを基に作成。



等も注目されるようになってきた。これら馬の持つ多面的機能が発揮され、広い範囲で国民に対しての役割を果たすことが必要である。この意味において、これまでの財政寄与一辺倒の日本競馬のあり方とその目的を現状に則して改革する必要がある。そのためには、まず、競馬産業の社会的位置付けを明確にし、競馬の本質である馬事文化という側面を強く認識する必要がある。生体家畜を生産し、それを飼養・育成し、乗用馬として使用することで成立する競走馬生産は、農畜産業の持つ生命産業としての性格を最大限に引き出した産業である。それを地域資源として成立している日高地方、その中の生産主体、さらにいえば地域社会全体が他では経験できない空間・時間を体現しているといえる。しかし、現状では、度々指摘したように競馬産業、馬産業、地域、馬事文化は全て分断された状況にある。それは、競馬、乗馬など馬に関しての一つの文化的な背景が存在していないことに起因する。

とはいえ日高地方では、1990年代以降、乗馬施設の拡充（町営乗馬施設の相次ぐ建設）、観光地として競馬ファンの受入（競走馬ふるさと案内所と牧場の協力）など、ただ生産をするのみならず、多面的な機能を果たすための努力を行ってきた。日高地方には2002年調査では13の乗馬クラブがある（有料クラブ9、ボランティア乗馬2、学校関連施設2）。今まで、「馬の生産だけ」だった地方に地元民、来場者に乗馬施設が生まれたのである。しかし、生産牧場としての余力が残されていない状況下で、教育・文化面、観光・レジャー面での役割までも単独で果たしていくことは極めて負担を強いる結果となっている。日高地域を訪れる乗馬客や観光客はさほど増加しておらず、限られたパイを地域内で取り合う構造になっている。2001年の日高地方への観光客の入り込み総数は260万人、うち北海道外客は50.2万人、宿泊客は24.1万人（日高支庁商工労働観光部調）であり、いわゆる通行型の観光地として位置付けられている。馬文化を中心に組み立てた独自のグリーン・ツーリ

ズムを取り組むことが急務である。

## 〈注〉

- (1) 長尾正克「畑作の機械化段階と作付体系」(牛山敬二・七戸長生編著『経済構造調整下の北海道農業』北海道大学図書刊行会、1990年1月)
- (2) 中澤 功「畑作経営の展開と機械化の進展」(鈴木福松編『農業経営の構造的再編』明文書房、1983年4月)
- (3) 工藤 元『農業経営学講義』明文書房、1976年10月
- (4) 「加工・業務用野菜生産技術確立検討会報告書〈冷凍・缶詰部会関係〉」、(社)日本園芸施設協会、1996年3月
- (5) (株)A社、(株)B社、(有)C社は、『冷凍食品年鑑2004年版』冷凍食品新聞社、2004年1月を参照。(株)D社と(株)E社は、ホームページを参照。(株)F社は、(株)F社創立30周年記念誌、2003年11月を参照。
- (6) 「原料野菜契約取引推進事業報告書」、(財)食品産業センター、1999年3月
- (7) 「農協組合員意向調査報告書」、(社)北海道地域農業研究所、2003年5月
- (8) 七戸長生「日高・胆振の農業構造」『北海道農業の切断面』北海道農業構造研究会篇、1986年。なお、氏は「櫛の歯状」と表現し、この発想を「北大工学部の上田陽三氏の論文を参考にさせていただいた」と述べておられる。「櫛の歯構造」という表現を最初に使用したのは、坂下明彦氏である(『道南農業問題の構図』『北海道農業の地帯構成に関する報告集』北海道大学農学部、1998年)。
- (9) 以下の推計の根拠については「馬産業の経済波及効果と馬クラスターによる地域活性化——日高地域における軽種馬関連産業の構造分析——」(岩崎徹代表、ホクサイティック財団社会科学支援事業研究成果報告書、2001年8月)を参照のこと。この産業規模の推計は、上述の文献を元にその後の補足調査によった。
- (10) 競馬・競走馬の将来展望に関しては、岩崎徹『競馬社会をみると、日本経済がみえてくる——国際化と馬産地の課題——』源草社、2002

年。日高軽種馬対策推進協議会会長私的諮問機関(代表岩崎徹)「日本競馬の改革にむけて」(農水省「我が国競馬のあり方に関する有識者懇談会」第5回(2003年6月26日開催)議事録)。岩崎徹「地方から中央へ負の連鎖が日本競馬を襲う」『エコノミスト』毎日新聞社 2003年11月4日号。

- (11) 岩崎徹「軽種馬を中心とした総合産地の形成を目指して」『JBBA ニュース』2003年5月号・6月号。岩崎徹編「軽種馬生産地帯における地域農業の課題——ひだか東地区農業振興計画樹立のための基礎調査報告書——」『地域農業研究叢書』No.10、1992年10月。岩崎

徹編「軽種馬生産地帯における総合産地の形をめざして——静内町農業振興計画樹立のための基礎調査報告書——」『地域農業研究叢書』No.18、1994年3月

- (12) この提案に関しては、前述ホクサイティック報告書のほか、小山良太『競走馬産業の形成と協同組合』(日本経済評論社 2004年)を参考にした。

(本稿は、2003年度札幌大学経済学部附属地域経済研究所の助成事業による研究成果をまとめたものである。)