

フードシステム関連業者による地域活性化対応の現状と課題

－地産地消運動と資金調達問題に注目して－

矢野峰生

目 次

1. はじめに
2. 地産地消運動と資金調達問題－問題の所在－
 - (1) 地産地消運動と地域活性化
 - (2) 資金調達問題
3. フードビジネス事例調査
 - (1) 【事例1】
 - (2) 【事例2】
 - (3) 【事例3】
4. フードシステム関連業者を軸とする地域活性化対応の課題
 - (1) 地産地消への取り組み
 - (2) 資金調達問題と融資対応

1. はじめに

筆者は矢野 [2003] で特定農産加工資金の利用効果の実態を捉えるために、融資先を対象にしたヒアリング調査実施の必要性を唱えた。これは矢野 [2003] で残された課題のひとつであったが、融資先である農産加工企業を対象としたヒアリング調査を試み、後に報告できる機会を得た¹⁾。その調査を通じて、制度資金の需要側から捉えた資金利用ニーズの実態の他に、地域活性化にむすびつく企業行動を目の当たりにすることができた。それは川中に位置する農産加工企業によって展開されていた地産地消への取り組みであった。

現在、「食の安全・安心」への関心が高まるとともに、日本国民はフードシステムにおける川上と川下との結びつきについて、これまで以上に高い意識を持つようになった。この状況をビジネスチャンスと捉え、オリジナリティーに富む生産活動を展開している多くの業者がいる。実際、それらは本稿3.で紹介するように、八戸市でも即座に見出すことができた。御忙しい中、快く筆者のヒアリングに御協力頂いた3事例の関係者の方々には深く御礼を申し上げる。今後も筆者とともに協力して八戸地域の食文化ビジネスを興隆することに御理解を頂きたい。

ただし、食文化ビジネスを促進させることで八戸地域の活性化を図るには、多くの手立てが必要であろう。それを探るべく、現場に向向き、地産地消と資金調達問題に焦点を絞って本稿を作成した。本稿の内容が八戸地域を活性化する糸口として僅かでも貢献できれば幸甚である。

2. 地産地消運動および資金調達問題－問題の所在－

(1) 地産地消運動と地域活性化

フードシステムには、生産者、消費者、農産加工企業、レストラン経営者など多種多様の構成主体がある。すべての構成主体がビジネス活動をしているとは言えないが、それから生み出される生産活動を活性化させることに食文化ビジネス興隆による地域ブランド確立の鍵がある。すなわち、付加価値を生み出し、収益向上を前提としたフードシステム関連業者によって展開される個々のビジネス活動は、第1次産業中心の地域経済活性化を左右する核のようなものといって良い。こうしたビジネス活動を展開する意識が、フードシステム関連業者に留まらず、フードシステムを構成するすべての構成主体に浸透すれば、たとえば生業の論理で展開してきた農家の中から、新たな生産活動を興す可能性を探り、それに伴う起業に興味を抱く農家が一層多く出現するであろう²⁾。そして、生産農家による農産物直販所での販売状況、農村女性による起業活動など、今後、農業生産者をはじめとするフードシステムを構成するすべての主体に係わる事業活動の起業可能性と採算性を高め、各主体の所得向上に寄与するためには、それぞれの個別主体における課題を探り出し、その解決に向けた方策を立案する必要性に駆られる。だが、これを本稿で検討することは紙幅の問題もあり不可能である。そこで、これを今後の課題と意識しつつ、本稿では、既に八戸市を中心に本格的なビジネス活動を展開しているフードシステム関連業者が、いかなる工夫をこらして、地域活性化に結びつく地産地消に取り組み、自らのビジネス活動を個性化させ差別化しているのか明らかにすることを試みた。すなわち、そのことを食文化ビジネス興隆による八戸の地域ブランド確立のための糸口として捉えようと考えたのである。

現在のわが国のフードシステムを取り巻く状況から、フードシステム関連業者が地産地消を実施することは必ずしもコスト面で有利でないケースが多いと思われる。事実、WTOおよびFTAによる農産物の輸入自由化が進展するなか、わが国のフードシステム関連業者は、安価な輸入農水産物の利用と消費者からの「食の安全」への希求との間に立ち、国内農水産物の利用率をどのようにするか判断を求められている。本稿で紹介する3業者は、そのような状況下に敢然と地産地消を実施し、それをビジネスとして成功させ、直接的な経済効果を周辺業者にもたらしている。このようなフードシステム関連業者が八戸市およびその周辺で次々とビジネス活動を活発に展開すれば、食文化ビジネス興隆による八戸の地域ブランドを確立する素地が生ずる。

地産地消の活動に注目した理由は、最近広く消費者に受け入れられ、観光業との関連性が高いスローフード運動がグローバリズムの反動に応えた国際的な活動を展開していることと、企業の目標である収益向上を前提に、消費者の意向も考慮しながら、結果として地域および社会貢献にむすびつく活動を自らの企業ビヘイビアに取り込んでいく状況に興味を抱いたためである。フードシステムを構成する主体は、その対象事業分野の特質から、自然環境問題など経済原理の適用が不可能な事態に直面したり、公益性の高い分野との接点が多い。この分野にビジネス活動を適用することへの忌避と難しさは、これまで多く指摘されてきたとおりである。現実問題として、採算性を重視するビジネス活動が自然生態系の破壊に繋がる可能性がある場合、優先されるべきことは、企業ビヘイビアを正当化する論理ではなく、公共政策で展開される社会的厚生の大化を第一とする論理である。そのことを遵守しつつも、フードシステム関連業者によるビジネス活動のベクトルを地域発展と結びつく地産地消運動に向けることが可能であれば、民間パワーを活用した循環型社会の形成による地域活性化の新たなモデルになりはしないかと考えたのである。

(2) 資金調達問題

農水産加工業の特徴は幾つかあるが、本稿と関連するのは、それが多数の中小企業や零細な家内工業的経営などから構成されていることである。これは生産者から消費者に至るまでの一連のフードシステム関連業者を対象とすると、さらに顕著となる。なぜなら農産物直売所へ提供する生産者、レストラン経営者なども広範に含めることになるからである。ただし、ビジネス規模がどの程度であれ、経営者にとってビジネス活動する際の資金需要をめぐる問題は、常に付きまとう課題であろう。本稿では、フードシステム関連業者のなかから特に弁当惣菜製造業者、レストラン経営者、屋台村プロデューサーに注目した。そして、それぞれのフードビジネスの現場から捉えられる資金調達問題に注目し、総合的な対応策を探りたいと考えた。その際、金融機関による融資をめぐる問題に焦点を絞り、現在のわが国での金融行政との係わり、公的金融機関、自治体行政との関連に言及しつつ、フードシステム関連業者を軸とする地域活性化対応の資金調達面での課題と対応策について考察することにした。

3. フードビジネス事例調査

「スローフード運動」「地産地消運動」は、各地の伝統料理や菓子、地元の食材を見直すことによって地域活性化を促進する可能性をもっている。以下は八戸市で地産地消にビジネスとして取り組んでいるフードシステム関連業者の事例紹介である。どれも八戸地域の「食」による地域活性化に貢献している優良事例と言える。既述のように、実態調査時にフードビジネス現場における資金調達問題も捉えるよう心がけた。

(1) 【事例1】

青森県には、平成14年12月の東北新幹線八戸駅開業を記念して発売された「青森路うた紀行弁当」がある。この弁当の包装パッケージには、平安朝の女性歌人が描かれ、傍には青森県在住の歌人によって詠まれた和歌が添えられている。その和歌は県内の弁当の販売地域（八戸市、十和田地域、青森市、弘前市など）によって異なっている。会席風弁当は、イカとウニの入った「菊ずし」、南部煎餅で赤飯を挟んだ三戸地方の農作業時の合間に食されたとされる軽食など、地元の食材と伝統料理、名産品などを盛り込んでいる。そして販売地域の近辺について解説した「観光のしおり」が、それぞれ添えられている。

E社は、アイデアに富み、細かな気配りと「こだわり」に徹した弁当を昭和44年の創業時より現在まで作り続けてきた。その柱となるのは、弁当を通じて地域文化を紹介することへの「こだわり」である。E社が特に食材の地産地消に取り組み、それを他商品との差別化の手段としてきたのは、最近の消費者ニーズへの対応というよりもE社の経営理念によるところが大きい。すなわち、それは創業者であるE社の女性専務が、永年、地域文化への愛着と「食の安全」を確認できる地産地消に注目してきた結果なのである。

それはたとえば、E社のヒット商品「菊ずし」に見ることが出来る。「菊ずし」は、既に20年程前に創作された人気商品であるが、東北新幹線八戸駅開業に伴い、JR八戸駅構内で販売できることになり、その存在が一層知れ渡ることとなった。これは、八戸周辺地域の特産物である食用菊「阿房宮」をシャリに混ぜ、港町八戸で日本一の水揚高を誇るイカとウニ、サバ、ホタテ、紅さけなど海産物を押し寿司にして、八甲田に生育する笹の葉でくるんだものである。この他にも、八戸の郷土料理であるウニとアワビのお吸い物「いちご煮」を添えた会席風「いちご煮弁当」、三

戸地方の食文化を紹介した「こびりっこ弁当」、南部地方の郷土玩具「南部姫鞠」を表現した「南部姫まり弁当」、生産者の名前と写真をパッケージに載せた生のカットりんごを弁当ケースの底に潜ませた「りんごのかくれんぼ」など、アイデアに富んだ数々の創作弁当は、八戸地域の食材を生かし、地元の食文化を伝える役割を果たしている。

E社は、従業員120名、資本金3,820万円の株式会社である。事業内容は、仕出し業、寿司・弁当卸、学校食堂、日配給食、回転寿司経営、駅弁卸などで構成されている。東北新幹線の八戸駅開業に伴う「はやて効果」に伴い「菊ずし」の生産メーカーとして注目されているが、E社は、創業時から現在まで、その主要な事業を、それぞれの時期とともに変化させてきた。それゆえ、それぞれの事業がE社に重要な収益をもたらしてきたが、とりわけ、スーパーマーケットへの弁当卸、仕出し業、回転寿司経営は、これまでのE社の経営を大きく支えてきたという。

現在、E社が商品開発、事業拡大のうえで検討している設備投資の具体的内容は、水質向上に必要な設備、大量受注に対応できるライン化設備、大型冷蔵庫の改良及び追加受注などである。とりわけ、良質の水を獲得するための投資には強い関心を寄せている。現在、πウォーターの浄化水を利用しているが、このような良質の水を利用すると、製造する寿司の味が際立って美味しくなるという。それゆえ、良質な水を利用することは、弁当、仕出し業者にとっての基本的課題であり、したがって、E社も常に水への強いこだわりがある。

以上のような投資に対応した資金調達を図る場合、ネックとなるのが有担保主義に拠る金融機関の対応であるという。すなわち、民間金融機関も政府系金融機関もともに、担保物権の評価で融資を決定する場合が多く、新商品開発などの資金提供に無担保融資を即決してくれるような柔軟な対応を金融機関に望んでいた。

創作意欲に富むE社では、「菊ずし」を全国及び海外にまで品質を劣化させることなく販売したいと考えている。そのために、商品を真空パックで包装する可能性を探ったり、他にも未だ目の見ていない地元の食材を利用した商品開発を次々に手がけている。問題は、そのような商品開発に伴う資金調達を可能にする金融機関の柔軟な対応と、販路拡大の難しさにある。

(2)【事例2】

八戸市の観光名所である「八食センター」には、地産地消にこだわるラーメン専門店がある。2003年3月にオープンしたラーメン専門店は、東北新幹線八戸駅開業に伴う「はやて効果」も手伝い、開業より数ヶ月間、1時間もしくはそれ以上の待ち行列を生み出した。行列して食事をする前例は無かったとまで言われてきた八戸市では、極めて異例のことである。この現象が生み出されたのは、横浜市にある「新横浜ラーメン博物館」が取り組んだ新企画「ご当地ラーメン創生計画・八戸編」による。この企画はラーメン職人として知名度のある佐野実氏を起用した。彼のラーメン職人としての厳しさを伝える様子は、全国ネットで放映され、茶の間の人気を博した。佐野氏によって生み出された「八戸支那そば」は、全国的な知名度を得、同博物館で1年間の期間限定営業を経て八戸市に出店されることとなった。本稿で注目するのは、佐野氏とともにその出店企画を担ったF社が、出店計画の際に経験した資金調達における問題と地産地消との係わりである。

F社の概要を述べよう。F社は平成元年11月、資本金500万円で有限会社として設立され、現在、中国料理店の他に、三戸郡階上町にも料亭を出店している。平成15年3月には、佐野実プロデュースによる「八戸麺道大陸八食センター店」を出店する。

F社は、ご当地ラーメン創生計画の八戸出店時、資金を借り入れる際に制度資金に関する十分

な情報が得られなかったという。すなわち、プロジェクトに利用できる制度資金および補助金の情報が不足していたのである。後に、F社の経営者は青森県中小企業経友会事業協同組合主催の全国的規模のネットワークをもつ「経営倫理塾」の勉強会で、経営革新支援法に基づく制度資金の存在を知り、貸出利率が取引先である銀行のそれよりも低いことを知った。

中小企業経営改革支援法は、中小企業者および中小企業グループを対象に、生産、商品の新たな生産方式の導入、新商品の開発、その他の事業活動等を実施することを通じて、相当程度の経営の向上を図ること、または競争条件の著しい変化、環境または安全に係る規制の著しい変化、貿易構造の著しい変化により、業況の悪化が見られる特定業種³⁾に属する中小企業が経営基盤を強化するための対応を図るため、さらには中小企業の自助努力を基本とする経営革新支援及び経営基盤強化の支援を図ることを目的に制定されたものである。申請は経営革新計画を作成した後、それを都道府県知事等に提出し、承認を受けた者は、中小企業経営革新補助金制度、中小企業金融公庫による低利融資、各種税制措置、信用保証協会による信用保険の特例など、各種の支援措置を利用することが可能となる。F社は、経営革新支援法に基づく制度資金等の利用を検討したが、既にタイミングを逸しており、結局、店舗建設および厨房設備に充てるべく費用をすべて民間銀行から借り入れざるを得なかった。その際、以前に提供した担保物件で設定できる借入限度枠が残っていたため融資が可能となったという。

F社が食材の地産地消にこだわった理由は、観光客と八戸市民に食材を通した八戸周辺の魅力を再発見してもらいたいというF社の社長の願いと佐野氏が八戸周辺の食材の豊富さに感嘆したためである。実際に、「八戸支那そば」は、八戸市を含む南部地域、青森県の食材が豊富に使用されており、麺は二戸産小麦粉「南部小麦」「ねばりごし」、スープに六戸産地鶏「シャモロック」、岩手県産合鴨「岩手鴨」、八戸産「干しイカ」、陸前高田産「生醤油」、十和田湖産「奥入瀬ガーリックポーク」、田子産「田子ニンニク」、横浜町産「焼き貝柱」、脇野沢産「焼き干し」、小川原湖産「モズクガニ」「ヤマトシジミ」、具には十和田湖産「奥入瀬ガーリックポーク」などが利用されている。このようなこだわりは既存のラーメンと比較すると原価率を高める。だが、地産地消による美味なる食材へのこだわりが、消費者の心を捉え、結果として高収益に結びつくと判断したのである。

このようにして誕生した地産地消型ラーメン「八戸支那そば」は、F社の社長と八戸商工会議所が「食」を通じた地域活性化に意欲的であったこと、東北新幹線八戸駅開業による観光と有機的に結合したキャンペーンを展開したことなどが相乗効果をもたらしてできた商品ともいえる。そして、「八戸支那そば」のプロデュースは、食文化ビジネスによる地域活性化の一例とみることができる。

(3)【事例3】

八戸市の中心市街地に25軒の固定式屋台村が出現したのは、2002年11月のことである。「八戸屋台村みろく横丁」と名付けられた一種のテーマパーク的商業集積の出現は、八戸市の新たな観光名所となり、多くの観光客だけでなく地元のサラリーマンやOLなど地域住民も顧客として獲得した。ここには市外の経済団体や行政関係者など、まちづくりに係わる人達による視察が絶えない。「八戸屋台村みろく横丁」が出現した中心街の三日町と六日町を結ぶ通りは、横丁の雰囲気やゆっくりと楽しめるように鍵型であり、道路幅は2.4mの人と人の肩が触れあえる間隔に設計されている。八戸弁の「おんでやあんせ」は、「いらっしやいませ」という意味であるが、これをもじった「おんで市」と呼ばれる三日街側には14軒の屋台が入居し、「やあんせ市」と呼ばれる

六日町側には11軒の屋台が入居している。中高年齢層に郷愁をそそり、若者に未体験である昭和30年代風の店構えは、地元勤務のサラリーマンやOL、ビジネスおよび観光で八戸市を訪れる人々にとって、どこか懐かしく、心暖まる飲食街と映るようだ。

「八戸屋台村みろく横丁」の設立母体は、環境関連団体関係者と八戸中心商業街活性化協議会に所属する地元企業の経営者など5人のメンバーによって資本金500万円で設立された「北のグルメ都市」(有)である。その代表取締役社長は「八戸屋台村みろく横丁」を創設したプロデューサーであり、本業として食品容器の株式会社を経営している。彼は1996年4月に環境問題を通じてリサイクルを学習する日本初のリサイクル資料館「包(パオ)」を同社の隣に開館した。(2001年までの来館者数は13,845名を数える。)1997年9月には「八戸屋台村みろく横丁」の推進母体であるボランティア団体、八戸エコ・リサイクル協議会をリサイクル資料館「包(パオ)」に設立している。これが中心となって、地域住民、企業、行政の3者が協力し、環境保全、資源の有効活用の促進、地域で排出されたゴミを資源化、市場に戻す地域循環型のリサイクルシステム構築に取り組んできている。たとえば、八戸エコ・リサイクル協議会は、これまでに分別回収古紙100%のトレットペーパーの製造、販売、田子町の山林への植林事業、市内小中高校の環境教育への貢献、など多くの環境対策事業を実施してきた。その実績から得られた環境対応に関するノウハウは「八戸屋台村みろく横丁」に生かされている。すなわち「八戸屋台村みろく横丁」にはバリアフリー対応が施され、車椅子でも入店可能、車椅子専用トイレが用意されている。屋台で使用する洗剤は、環境に配慮したSC-1000を採用、建材は再生品や廃材を使用し、通路には廃タイヤからリサイクルした舗装材を敷いている。割り箸は再生させ、生ゴミも肥料としてリサイクルさせている。このように「八戸屋台村みろく横丁」は、リサイクルシステムを構築し、地域循環システムとバリアフリーを取り入れた環境対応型屋台の実現に取り組んでいる。また、出店屋台の食材は原則として周辺地域産を調達することで地産地消を实践させ、八戸地域の郷土料理、新名物料理を一度に集めて紹介している。このため、それぞれの屋台の提供するメニューには、重複が生じないように配慮が施されている。開店して1年目にあたる平成15年11月から1月にかけては、各屋台が郷土料理など自信作を必ず一品提供し、その指定商品を食べて集めたスタンプで景品をもらえる「スローフードスタンプラリー」を実施した。また、提供した郷土料理などを本格的に食べられる近隣の料理屋を屋台店主が自ら紹介したり、八戸市中心街の情報を発信することも心がけている⁴⁾。

「八戸屋台村みろく横丁」は、その設立にあたり、帯広市でオープンした「北の屋台」を参考事例としたが、既述した「環境対応」と地産地消を推奨する「スローフード運動」の推進に力をいれることで、博多市など他都市にある屋台集積との差別化を図っている。その2つのキーワードを生かした「八戸屋台村みろく横丁」は、八戸エコ・リサイクル協議会を主体とする「環境対応型まちづくり構想プロジェクト」と「食文化の環境プロジェクト」を同時に実現するという発想から生まれている。前者は地域特性を生かした地方都市でのまちづくりを、後者は八戸の食材を活かしたオーガニック商品、八戸オリジナルメニューの開発や食材だけでなく施設、椅子、テーブルも含め、食べる環境をトータルで考える研究プロジェクトである。これらの活動に加えて、屋台村プロデューサーは地域に伝わる食文化を守り、推奨するスローフード運動の拠点とすべく、青森県内初の「八戸スローフード協会(仮称)」の設立にも取り組んでいる。

「八戸屋台村みろく横丁」について、もう一つ本稿で注目すべき点は資金調達およびそれを取り巻く状況である。「北のグルメ都市」(有)は、こうした環境対応型屋台村の創設プロジェクトを

実行するに当たり、食における若手企業家の育成システムも実施することを重要なミッションと考えている。フードビジネスの未経験者を積極的に屋台の店主として登用し、売上げの悪い屋台にはコンサルティングを行う。順調な収益を得ることができれば、なじみ客を確保したうえで、数年後には中心街の空き店舗に自分の店舗を構えるように指導している。次々と「八戸屋台村みるく横丁」卒業生を送り出したいと屋台村プロデューサーは言う。そのため屋台店主の契約期間は、比較的短期間の2年間である。このような若手企業家の育成システムを活かすのが屋台ビジネスである。屋台村プロデューサーの持論であるが、商売の原点とも言われる屋台ビジネスは、低出資、低コストで事業を始められ、かつ利益率も高いので、若い企業家が経験と資金を積むには最も適した形態であるという。モラルハザードを防ぐ意味でも屋台の椅子、テーブル、厨房などの設定にかかわる費用は屋台店主に自己負担してもらうので、200万円から300万円がイニシャルコストとして必要であるが、その債務保証は屋台村プロデューサーが行ったため、金融機関は未経験者の若手企業家を対象とする融資に応じている。

4. フードシステム関連業者を軸とする地域活性化対応の課題

(1) 地産地消への取り組み

「スローフード運動」とは、後にスローフード協会会長となるカルロ・ペトリーニ氏の仲間がイタリアのピエモンテ州ブラという小さな町で始めた地域の食文化を守る運動である。現在、世界38カ国、132の都市にあわせて約6万人の会員をもつ大組織となったが、もともとは「バローロ愛好協会」という名称で「知識と快楽を対にする」のテーマを掲げたワイン好きのグルメの集まりだったと言われている⁵⁾。わが国でも、生活協同組合を始めとする様々な団体が、食の安全や有機農業による農産物の普及活動を続けてきた。そこには地道な消費者運動としてのイメージがある一方、「スローフード運動」が多分に良い意味での快楽主義に依拠していることは興味深い事実である。この気軽さが、わが国では都会的で華やかなイメージを「スローフード運動」に与えているのかもしれない。

地産地消は、「スローフード運動」の持つ華やかさに対し、大地に根を張ったような堅実さがある。両者は、極めて共通点が多く、時として同義に捉え、事業化するフードシステム関連業者も多いが、その微妙なイメージの違いを活用することも重要なビジネス対応と言えよう。別稿として起稿する予定の「食」を媒介とした地域ブランド確立をめぐる論考では、そのイメージの相違をビジネスに活用する重要性について改めて述べたいと思うので、本稿ではその件について、これ以上言及するつもりはない。ただ、両者が勧めている地域の食文化を見直し、食の安全を追求する運動が、フードシステム関連業者や観光を通じた地域振興に結びつき、循環型社会の形成による環境への配慮を伴っていることに注目したい。

本稿3. で報告した3つの事例は、どれも地産地消をビジネス活動の前面に出し、他企業との差別化を図っている。これらは環境対策や「食の安全・安心」を希求することを通し、消費者の「食」への関心が近年高まっていること、税源委譲を前提とした本格的な地方分権化の動向に伴う地方文化への関心、反グローバル主義の視点によるスローライフおよびスローフード運動の高まり、新八戸駅開業による東北新幹線延伸効果などをビジネスチャンスと捉えて、新商品、新サービスを立ち上げた成功事例である。このような個別企業のビジネス活動は、地産地消や環境対策⁶⁾ という世間では必ずしもコスト面で割の合わないと思われる事業を、消費者の理解と

共感を得つつビジネスとして成功させているところに、その特徴がある。そして事例3で紹介した環境対応は、仮に短期的には収益を生み出さないとしても、その実行力の有無は企業の差別化をもたらす。そして、消費者による環境問題への高まりとともに、中、長期的には、環境対応事業を推進する企業の姿勢に賛同する消費者などを顧客として迎え入れることを可能としている。

このような環境対応力をめぐる差別化はフードシステム関連業者にとって、「食の安全・安心」への対応力に置き換えた差別化となっている。すなわち、食品加工企業、食品流通業などは、現在、トレーサビリティと衛生管理面での対応力を試されているのである。その点、地産地消は「食の安全・安心」を望む消費者の理解と共感を得ることのできるビジネスとして成立する面があるため、企業による環境対応事業と見ることもできる。

また、地産地消は「食の安全・安心」に応えることの他に、フードマイレージ⁷⁾を限りなくゼロにする役割をもつ。それゆえ、地産地消は、社会全体の環境負荷を軽減することにつながる。こうした公益機能は、その実行を推進する際に行政関与の導入を検討できる。問題は、その程度および必要とされる行政コストの大きさであるが、本稿では、現在望ましいと考えられる行政関与の業務内容を提示するに留めたい。その第1は、地産地消推進のための一層の情報集約と公開、それを活用する民間企業による参加を可能とする情報インフラシステムの整備、充実を図ることである。これは、特に企業を含めたフードシステム関連業者間の連携を促進し、地産地消を推進する業者のビジネス活動を容易にする情報を活用できるようなフードシステム版の地産地消促進情報インフラを充実、整備することを意味する。たとえば八戸市内のレストランにとって、鮮度が高く、美味であるが規格外の農水産物を安く購入できる流通ルートを創設できるように、生産から消費までのフードシステム関連業者の情報を収集、発信するシステムを構築し、その参加を促すことで、各業者の連携が可能となれば、コストダウンを可能とする地産地消の新たなルートが創設できる⁸⁾。また地産地消による循環型社会の形成、「食の安全・安心」に積極的な対応をする民間企業を市民にわかりやすい方式で公示し、様々な認証制度を地方自治体が積極的に設立、推進すれば、その活動を「食の安全・安心」を前面に出す地域ブランドの形成につながることもできる。第2は、第1の提示内容と一部重なるが、現在通産省が遂行している産業振興政策と地産地消との連携を深め、それがビジネス事業として成立しやすいシステムを創設することである。これは、既存の民間企業などが、創意工夫によって実施する地産地消をビジネス活動として促進できるように、インセンティブを状況に応じて積極的に設定することである。ただし、その際、民間業者のビジネス活動に対し過剰な行政サポートは排除すべきである⁹⁾。また、NPOや任意団体などによって展開が可能なコミュニティビジネスの振興を図ることも未知数ながら提示しておきたい。

八戸周辺地域が、地産地消をフードシステム関連業者のビジネス活動を通して活性化されるためには、以上のような行政対応が必要と思われる。

(2) 資金調達問題と融資対応

国内の地場産業、NPOなども含むフードシステム関連業者による国産農産物の活用と「食」を媒介とした地域活性化、そして八戸地域全体を食文化ビジネス興隆による地域ブランドの確立を図るべく、フードシステム関連業者の資金需要に融資で応えるためには、現在実施されている審査内容の定性的な評価に一層のウエイトを置き、先駆的な業者を厳しく選別することが必要である。その際、いわゆる「目利き」の育成が効率的な融資を可能にする。そして、このことが「はやて効果」を伴って八戸を訪れる観光客の心を捉え、八戸市民による食文化への関心を高めるよ

うな新規サービスおよび生産活動の創出に寄与する。こうしたビジネスプロジェクトに対して効率的に融資する金融機能は、原則として民間金融機関に求めるべきである。だが現実問題として、地域金融機関が無担保融資の実行を前提とする「目利き」の養成に本格的に取り組んできたのは、最近のことである。そして、民間金融機関は、不良債権処理と2005年4月のペイオフ全面解禁を念頭に置いた自己資本比率の向上、リレーションシップバンキングの強化を求められている。

地域金融機関が自己資本比率の向上に取り組むことは、貸付先への審査基準を一層厳しくすることになると考えられる。その一方、リレーションシップバンキングの強化は、民間金融機関の地域経済発展への一層の貢献を求めるものである。これを政府から要請されているということは、その貢献は現在不十分であることを示すものでもある。地域金融機関は地域活性化への貢献や公共的特性を部分的に持ちえてはいるものの、やはり民間企業である以上、地域経済の発展に向けた融資拡大には質、量ともに限界がある。また、融資審査およびモニタリング機能を健全に発揮させることは地域金融機関にとって重要な社会的役割でもある。それに加えて、国内の地場産業、NPOなども含む多数の中小企業および個人などから構成されるフードシステム関連業者による国産農産物の活用と「食」を媒介とした地域活性化を図るには、彼らの連携強化とフードビジネスを構成する個別の零細規模業者の育成強化が必要である。そこでは、発生する取引費用などにコスト面での採算が見込めず、地域金融機関だけで対応するには困難な場合も多い。

個別のフードシステム関連業者を育成することで地域活性化を図ることは重要な視点であり、民間金融機関の機能を活用することは大前提であるが、八戸地域全体を食文化ビジネス興隆による地域ブランドとして確立させるには、やはり一種の公共性を持ったプロジェクトファイナンスを実行する必要がある。その際に必要な資金調達には、セキュリタイゼーションや公的金融機関の活用を考慮すべきであろう。すなわち、ある程度短期的な成果として地域活性化を求めるには、地域金融機関のみによる金融面からの支援のみでは、自ずと限界があるのではないかと考えざるを得ない。これを市場の失敗と捉えた場合、その対応としては、行政や公的金融機関との協業や間接的に補う手法で下支えし、多くの民間金融機関の融資を呼び込むことで克服することが望ましい。

既述したような状況下で必要とされているのは、フードシステム関連業者を積極的に支援、育成するコンサルティングと地域の関係諸団体や官民金融機関などをネットワーク的に組織し、個人および個別企業の活動をバックアップするコーディネーターの存在、そして、収集した情報分析に基づき信用リスクを補完する積極的なリスクテイキングではないだろうか¹⁰⁾。仮に無担保融資を実施するにしても、その際に発生する取引コストやBIS規制を念頭に置いた自己資本比率の向上にセンシティブな現在の民間金融機関がどこまで対応できるのか疑問な点も多い。ただし、高いマネジメント能力をもつ民間業者に一層のビジネスチャンスを与えることが可能となれば、民間金融機関による一層の融資を呼び込むことは可能である。そのためには、彼らのマネジメント能力を十分に発揮できるような地域活性化のための公的機関によるシステム構築が必要である。そして、公共的な観点から重要と思われるプロジェクトにも、それら高いマネジメント能力をもつ民間業者が委託を請け負うことが可能となるような下支えが求められている。すなわち、公共的なプロジェクトは、できるだけ採算を見込めるビジネスとして成立させ、民間企業のマネジメント能力を導入できるように政策を策定し、それを下支えする具体的役割は何であるのか、現在の行政、NPOおよび公的金融機関などは再検討する必要に迫られている。そのような視点に

基づく新たな公共事業的ビジネスモデルの構築と実践が急務なのである。それが効率的に機能すれば、民間金融機関による積極的なリスクテイキングも可能となり、そこから創出される成功事業は、民間企業を誘引したため生じる直接的な経済効果を中核として地域活性化をもたらすことになる。

以上述べた視点からフードシステム関連業者を軸とした地域活性化、そして八戸地域全体を食文化ビジネス興隆による地域ブランドとしての確立を図る場合、彼らのマネジメント能力の向上、情報の集約化と積極的なリスクテイキングを可能とする仕組み作りが緊急かつ重要な課題となっている。今後のわが国でのファイナンスインフラ構築の進展速度により、それらの係わり具合にも変化が生じることと思われるが、行政および公的金融機関が民間企業のもつ経営資源の導入を前提にしつつ、その課題の解決に積極的に取り組むことは、地域の産業振興や新産業育成にとって不可欠な作業であると考えられる。

〔註〕

- 1) ヒアリング調査の機会を与えて下さった日本大学生物資源科学部下渡敏治教授と農林漁業金融公庫総務部調査情報課に深く御礼を申し上げます。この調査で観察したことが、本稿の起稿に結びついた。
- 2) この観点から、多様な食文化ビジネスを起業、展開する意欲を掻き立て、マネジメント能力を高める教育が求められている。
- 3) 平成14年3月6日に施行された中小企業経営革新法施行令の一部を改正する政令では、酒類卸売業を特定業種として追加指定した。その際、特定業種は清酒製造業、表面処理鋼材業を除く電気めっき業、総トン数が一万トン以上のものを除く船舶用機関又は船舶用品の製造又は修理業となった。
- 4) 2004年1月に開催された「活彩はやて国体」の開催にあわせて、民間の観光案内所「屋台村役場」が屋台村に面したビルの空きスペースに設立された。「北のグルメ都市」(有)は、この案内所を八戸商工会議所と八戸観光協会との協力を得て運営している。ここでは常駐のスタッフによる飲食店情報を中心とした観光情報が提供される。また、同場所は無料休憩所の機能を備え、今後土産物販売も予定されている。(「デーリー東北 2004年1月27日付」参照。)
- 5) 金丸 [2003] 8-9頁参照。
- 6) 民間企業による環境対応に関することであるが、現在、八戸地域は、流通経済論やマーケティング論などを中心に展開されている「静脈流通論」の視点を生かして、流通チャネルの再構築に取り組む必要に迫られている。事例3で紹介したような民間企業による先進事例は、その課題に適応した解決の糸口を多く与えてくれると思える。
- 7) 篠原 [2003] 81頁参照。これによれば、フードマイレージとは、食卓に並ぶ食事がどれだけ遠く離れたところから運ばれてきたかを示す概念で、その食べ物の重量と生産地から消費地までの輸送距離を掛け算したものである。
- 8) イオングループはフードアルチザン運動を立ち上げた。「食の匠」を意味するこの運動は、全国各地で郷土の味を守り続けている食品を公募し、店頭展開する試みである。これは、全国の零細な食品加工業者が課題とする販路の拡大を図ると同時に、同グループの売上げ向上を図るものである。([8] 参照) フードシステム関連業者間の連携は、このようなビジネス活動を可能にする。
- 9) 農業および地域活性化に関連した補助金利用による公共施設の建設、第3セクター創設を伴って開始した公共事業の中には、その後、巨額の赤字を抱え、返済の見込みをつけられない事例があり、これが現在大きな問題となっていることは周知のとおりである。したがって、公共事業およびそれに準じる事業は、現在では創設や創業以上に、運営および継続の可能性を探ることが重要となっている。
- 10) その観点から言えば、公的金融機関がセキュリティゼーションによるセカンダリーマーケットの形成に先鞭をつけ、ハイリスクの有価証券を保証することでリスクの分散と保証に貢献することは、わが国での政策金融シ

ステムが早急に必要とする改善課題といえる。また、出資者が多岐にわたる場合、公的金融機関が議決権の有無、配当の優劣を設定することで、投資家の要請に応じた株式設計を行うことも重要なコンサルティング業務である。(三浦・山口 [2003] 参照。)

〔参考・引用文献〕

- [1] 金融審議会 金融分科会 第二部会 [2003], 「リレーションシップバンキングの機能強化に向けて」
- [2] 篠原孝 [2003] 「地産地消で地球にやさしく、地方分権的な生き方を」, 『食の地方分権 現代農業 増刊』農山村文化協会。
- [3] 中小企業金融の新たな手法に関する研究会 新事業プロジェクト支援ワーキンググループ [2002], 「新事業に挑戦する中小企業への資金供給－リスクマネー供給の円滑化に向けて－」
- [4] 内閣府 [2002], 『時の動き 2002年 12月号』内閣府大臣官房政府広報室。
- [5] 三浦幹央・山口好生 [2003], 「事業再生ファンドはこうして再生した」, 『金融財政事情 2003年 8月4日号』金融財政事情研究会。
- [6] 矢野峰生 [2003], 「フードシステムと政策金融」, 『産業文化研究 第12号』八戸大学総合研究所。
- [7] <http://www.gov-online.go.jp/publicity/book/time/time200212.html>
- [8] <http://www.ruralnet.or.jp/taikei/kako/point/point03.htm>