

# 地産地消がもたらす 地域への経済効果

---

佐々木 達

札幌学院大学経済学部 准教授

---

## ●本報告の目的

☆音更町で地産地消を実践するとどのようなプラスの効果があるのかについて地域づくりとの関係性から論じてみたい。

☆報告の流れ

1. はじめに…………… P 2
2. 地域づくりで求められていること…………… P 3
3. 音更町の食と農の現状と課題…………… P 4
4. 地産地消の地域への経済効果…………… P 6
5. おわりに…………… P 8

☆報告のねらいとしては、地産地消を地域農業や地域経済の活性化の一つのツールとして位置づけ、その効果が経済的なものだけにとどまらないことを明らかにすることにある。

☆併せて、音更町の地域づくりの一環として地産地消を組み込んでいくことを提案する。

## 1 はじめに

### ●昨年度の地産地消率調査の提言

- ①地元産農産物・食料品の販売場所の拡充・創設
- ②生産者と消費者が交流できる場面づくり
- ③地産地消を活用した地域経済の中の農業としての基盤強化
- ④地産地消を「暮らしの生きがいづくり」として考えること

☆食と農をキーワードにした地域づくりの方向性

### ●地域農業と地産地消

☆音更町農業への提言

「地産地消を活用した地域経済の中の農業としての基盤強化」

☆その意味するところは？

- ①外貨獲得産業としての強化＝稼ぐチカラの向上  
畑作4品目をベースにした土地利用型農業の強化
- ②域内需要に応える農業の創出と域内循環  
地域独自のエンジンとして地産地消を活用した域内消費型農業を作り出すこと

### ●地産地消と地域農業

☆音更町農業の強みと弱み

強み…広大な耕地を活かした土地利用型農業

弱み…地場流通への対応が難しい

☆農産物の商品価値

消費者が農産物に求めているもの：価格・品質・鮮度

⇒これからの農産物は、おいしさ、安全安心、生産者の顔が見えるという要素も非常に重要

音更町の農業は道外移出に加えて、域内需要を掘り起こしていくことでさらに発展できる！

## 2 地域づくりで求められていること

### ① 地元にいると見えづらい地域の良さを知ること

#### ◇音更町と佐々木ゼミナールとの出会い

2013年度の札幌学院大学経済学部開講科目「産業調査演習」から始まった。この2年間に、農家、地域住民、企業、飲食店、農協、役場、学校給食の栄養教諭など様々な方々にお世話になった。

#### ◇地域調査で感じること

土から離れた人間（都市住民）と土から近い人間（地元住民）とでは、地域の評価軸が異なっているということ…田舎の常識＝都会の非常識

### ② 地域を元気にするための4条件を活かすこと

#### ◇地域が豊かになるためには？

**地域の所得を伸ばす最短の方法＝カネを注ぐ**

でもこれだけではうまくいかない！地域で所得を生み出し、地域が生み出した所得を真に享受するためには自分たちの手で自分たちの地域を活用することが必要。

→そのためには、**「知ること、（一緒に）考えること、行動すること、共有すること」**の4条件が必要

### ③ 地域の課題認識力を高めること

#### ◇全国各地で直面している最大の課題点

自分が住んでいる地域にどんな課題があって、それがどのような優先順位で考えるべきことなのかを捉える**地域の課題認識力の弱体化**

#### ◇自分の町を他地域と比べて考える

人がいない、若者がいない、地元には何もないと、「ない」ことを嘆くよりも**地域に「ある」ものを活かして何ができるのか**が先決事項

### ④ 他人任せにしないこと

#### ◇昨今の地方創生の議論

まち・ひと・しごと創生会議では、各地域が「**それぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会を創生**」することが目標とされている。

#### ◇言うのは簡単、やるのは難しい！

実は、地域が主体的に、自分たちの活動にふさわしい制度や政策を創りあげていくことの方が断然難しい。行政がやれることも限られているなかで、地域住民の主体性が重要になる。井上ひさしの「吉里吉里人」の精神！

### ●音更町における地域づくりの方向性 .....

#### ◇自分たちが胸を張って言える地元の良さは何かをそれぞれが考える

#### ◇地元の良さは地元にいる人だけでは見つからない。自己評価と他己評価を組み合わせ て眠る地域資源を活かすこと

#### ◇地域の課題認識力によって、わが町では何が優先的に取り組まなければならない課 題なのかをハッキリさせること

#### ◇誰かが何をしてくれるかではなく、自分たちは何ができるのかへの発想転換

→音更町は潜在力はかなり高いと評価できる。動き出したらトップランナーになれる  
可能性が高い



### 3 音更町の食と農をめぐる現状と課題

#### 3. 昨年度の地産地消率アンケート結果より

- ◇地域住民の食や農への関心は高く、**産直市場の拡大**や**生産者と消費者との交流**を望む声が多数。
- ◇**地産地消への関心度**も年齢に関係なく**高い**。さらに、農産物の新鮮さや安心感というイメージだけでなく、**地域活性化の方法として期待**されている。
- ◇音更町産の農産物に対する**地域住民の潜在的需要は大きい**と判断できる
- ◇**地域で生産されている農産物は地域内で消費される可能性が高い**。

#### 問20 音更町の食や農への関心を持ってもらうために必要なこと

| 上段：度数   | 下段：% | 合計    | 単身   | ご夫婦のみ | 親と子ども | 親と子どもと孫 | その他 | 無回答 |
|---------|------|-------|------|-------|-------|---------|-----|-----|
| 全       | 体    | 380   | 47   | 128   | 161   | 28      | 12  | 4   |
|         |      | 100.0 | 12.4 | 33.7  | 42.4  | 7.4     | 3.2 | 1.1 |
| 食育活動や   |      | 42    | 8    | 10    | 21    | 2       | 1   | —   |
| 農業体験の推進 |      | 100.0 | 19.0 | 23.8  | 50.0  | 4.8     | 2.4 | —   |
| 産直市場の拡大 |      | 200   | 20   | 68    | 85    | 17      | 8   | 2   |
|         |      | 100.0 | 10.0 | 34.0  | 42.5  | 8.5     | 4.0 | 1.0 |
| 生産者との   |      | 24    | 2    | 11    | 8     | 1       | 1   | 1   |
| 交流促進    |      | 100.0 | 8.3  | 45.8  | 33.3  | 4.2     | 4.2 | 4.2 |
| 特産品の開発  |      | 34    | 6    | 11    | 14    | 2       | 1   | —   |
|         |      | 100.0 | 17.6 | 32.4  | 41.2  | 5.9     | 2.9 | —   |
| 栽培履歴や   |      | 21    | 4    | 8     | 8     | 1       | —   | —   |
| 栽培方法の表示 |      | 100.0 | 19.0 | 38.1  | 38.1  | 4.8     | —   | —   |
| その他     |      | 21    | 2    | 8     | 11    | —       | —   | —   |
|         |      | 100.0 | 9.5  | 38.1  | 52.4  | —       | —   | —   |
| 無回答     |      | 38    | 5    | 12    | 14    | 5       | 1   | 1   |
|         |      | 100.0 | 13.2 | 31.6  | 36.8  | 13.2    | 2.6 | 2.6 |

※子どもを持つ世帯は「食育活動や農業体験の推進」を望む声が多い。

※夫婦のみの世帯では、産直市場の拡大、生産者との交流促進、栽培履歴や栽培方法の表示を望む声が平均よりも高い。

#### 音更町産農産物への期待

| 上段：度数        |         | 下段：% |  | 地産地消の取り組みへの興味 |       |       |       | 無回答  |
|--------------|---------|------|--|---------------|-------|-------|-------|------|
|              |         |      |  | 合計            | 興味がある | 興味がない | わからない |      |
| 音更町産農産物の購入意向 | 全       | 体    |  | 380           | 286   | 21    | 64    | 9    |
|              |         |      |  | 100.0         | 75.3  | 5.5   | 16.8  | 2.4  |
|              | 強く、そう思う |      |  | 99            | 93    | 2     | 3     | 1    |
|              |         |      |  | 100.0         | 93.9  | 2.0   | 3.0   | 1.0  |
|              | そう思う    |      |  | 252           | 186   | 9     | 53    | 4    |
|              |         |      |  | 100.0         | 73.8  | 3.6   | 21.0  | 1.6  |
|              | あまり思わない |      |  | 20            | 5     | 8     | 7     | —    |
| 音更町産農産物の購入意向 |         |      |  | 100.0         | 25.0  | 40.0  | 35.0  | —    |
|              | 全く思わない  |      |  | 3             | 1     | 2     | —     | —    |
|              |         |      |  | 100.0         | 33.3  | 66.7  | —     | —    |
|              | 無回答     |      |  | 6             | 1     | —     | 1     | 4    |
|              |         |      |  | 100.0         | 16.7  | —     | 16.7  | 66.7 |

※回答者の24.4%が地産地消への関心と購入意欲が高い

※音更町45,000人のうち約10,000人の潜在的需要が見込める

※10,000人×500円×12回＝6,000万円

#### 音更町産の購買意欲と食と農への関心

| 上段：度数            |      | 下段：% |  | 問20 音更町の食や農への関心を持ってもらうために必要なこと |              |         |           |        |              |      |      |
|------------------|------|------|--|--------------------------------|--------------|---------|-----------|--------|--------------|------|------|
|                  |      |      |  | 合計                             | 食育活動や農業体験の推進 | 産直市場の拡大 | 生産者との交流促進 | 特産品の開発 | 栽培履歴や栽培方法の表示 | その他  | 無回答  |
| 問14 音更町産農産物の購入意向 | 全    | 体    |  | 380                            | 42           | 200     | 24        | 34     | 21           | 21   | 38   |
|                  |      |      |  | 100.0                          | 11.1         | 52.6    | 6.3       | 8.9    | 5.5          | 5.5  | 10.0 |
|                  | 強く、  | そう思う |  | 99                             | 14           | 51      | 10        | 6      | 6            | 6    | 6    |
|                  |      |      |  | 100.0                          | 14.1         | 51.5    | 10.1      | 6.1    | 6.1          | 6.1  | 6.1  |
|                  | そう思う |      |  | 252                            | 25           | 143     | 11        | 23     | 14           | 12   | 24   |
|                  |      |      |  | 100.0                          | 9.9          | 56.7    | 4.4       | 9.1    | 5.6          | 4.8  | 9.5  |
|                  | あまり  | 思わない |  | 20                             | 3            | 4       | 2         | 5      | 1            | 2    | 3    |
| 音更町産農産物の購入意向     |      |      |  | 100.0                          | 15.0         | 20.0    | 10.0      | 25.0   | 5.0          | 10.0 | 15.0 |
|                  | 全く   | 思わない |  | 3                              | —            | —       | 1         | —      | —            | 1    | 1    |
|                  |      |      |  | 100.0                          | —            | —       | 33.3      | —      | —            | 33.3 | 33.3 |
|                  | 無回答  |      |  | 6                              | —            | 2       | —         | —      | —            | —    | 4    |
|                  |      |      |  | 100.0                          | —            | 33.3    | —         | —      | —            | —    | 66.7 |

※購買意欲が高いことと産直市場の拡大は関連性高い

## ●品目ごとの「町内産」の年間購入率 .....

### ◇地場産の年間購入率を3つに区分

I 型＝0 ～ 40%未満の低頻度消費

II 型＝40 ～ 80%の中頻度消費

III 型＝80 ～ 100%の高頻度消費

◇グループ化によって、音更町内で生産されている、あるいは振興作物ほど地産地消率の値は高くなっていることが判明。

◇地域で生産されている農産物は地域内で消費される可能性が高いことが明らかとなった。

| ①域外産地消費中心タイプ                                                                                           | ②中頻度域内消費タイプ                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>トマト：I 型＞II 型＞III 型</p> <p>なす：I 型＞II 型＞III 型</p> <p>たまねぎ：I 型＞II 型＞III 型</p> <p>白菜：I 型＞II 型＞III 型</p> | <p>キュウリ：II 型＞I 型＞III 型</p> <p>大根：II 型＞I 型＞III 型</p> <p>小豆：I 型＞III 型＞II 型</p> <p>長芋：I 型＞III 型＞II 型</p> |
| ③域内消費重視タイプ                                                                                             | ④地産地消中心タイプ                                                                                            |
| <p>ハウレンソウ：II 型＞III 型＞I 型</p> <p>人参：II 型＞III 型＞I 型</p>                                                  | <p>ブロッコリー：III 型＞I 型＞II 型</p> <p>ばれいしょ：III 型＞I 型＞II 型</p> <p>トウモロコシ：III 型＞I 型＞II 型</p>                 |

## ●無視できない農家の自給野菜 .....

### ◇お母さんたちは隠れた農業生産者！？

調査にご協力いただいた農家のお母さんたちの生産品目は**最大43品目、平均25品目**にも達する。それぞれの規模は小さいが、積み重ねると**音更は畑作地域であると同時に園芸作物地域になる。**

### ◇お得意限定の農産物は、一般消費者から見ればウラヤマシイ…おすそ分け経済。

自家消費だけでなく、親戚、ご近所、友人、ご子息の友人、クラブ活動のお友達、地域外の知人など、おすそ分け経済の裾野は広いが閉鎖的

## ●消費者の自由回答は大別して3つの問題を指摘 .....

①町内で地場産農産物を購入する場所がなく、隣町の直売所を訪れている。

**消費機会の喪失と域外への所得流出**

②既存の道の駅に対する厳しい意見と直売施設の設置・拡充を望む声。

**単なる購買場所ではなく、生産者との交流サービス消費の場を望む声も含まれていることに注目。**

③地場産農産物を売っている場合でも、品質が劣ること、価格が高いことを指摘。

**産直商品の価格設定とコスト、市場に出回らない農産物の存在が知られていない**

## ●地産地消型農業の創出 .....

### ◇経済的果実を地域の幅広い層に波及させる

産業としての農業と地域経済の農業のバランス

### ◇地域農業の発展戦略の3本柱

①雇用機会の創出；農業で雇用を創る

②外貨獲得産業の強化；外で稼ぐ農業

③地域資源活用型農業；内で稼ぐ農業

### ◇地域内循環型経済の構築

土地利用型農業と労働集約型農業の併進による地域内での付加価値向上

## 4 地産地消の経済効果

### ●地産地消とは？

- ◇地元で生産される商品・サービスを地元住民が消費することを通じて、生産が刺激され、関連産業まで波及し、地域内の資金循環を生み出す経済的行為。
- ◇地産地消の3側面
  - ①経済的效果…スモールビジネス
  - ②社会的効果…歴史的、文化的、自然的な地域資源の活用
  - ③教育的効果…食農理解教育、食育、消費者教育、農業応援者の育成

### ●地産が先か、地消が先か？

- ◇需要があるから供給が喚起される  
消費者によって良いものとして評価されることによって、生産者も自信を持てる。売れるものを生産しようと切磋琢磨が生じる。消費が生産を規定する。
- ◇供給がなければ需要は生まれない  
しかし、域内に供給がなされなければ需要は代替商品に向かってしまう。生産者が実需を掴んで対応できれば需要拡大も見込める。生産体制が消費の仕方を規定する。
- ◇地産地消は需要と供給のシナジー効果

### ●地産地消は地域経済の発展に寄与するか？

- ◇地域経済を発展方法とは？  
最も手っ取り早いのは、地域にカネを投入することである。しかし、実際には多量の投資によっても地域が豊かになるとは限らない。
- ◇なぜか？  
一つは、いくらカネを投入しても地域からカネが漏れ出てしまうこと、二つは地域内にカネが留まっている流通時間が短いこと。  
→地産地消は、後者の問題を解決する方法

### ●地産地消による地域内経済循環

- ◇地域内乗数効果から考える  
この考え方は、地域内に入ってきたおカネが地域から漏れ出ずに、人々を伝えていく場合にどの程度の経済効果が見込めるのかを計る際に有効。
- ◇わかりやすい例は、農産物を道外移出でおカネを得た畑作農業者が、地元の飲食店で消費し、その飲食店の主人が地元の理髪店に行くというように、入ってきたおカネを地域で循環させる例

### ●AさんとBさんの事例

- ◇どちらも手元に10,000円を保持。Aさんは地域外で消費することが多く、Bさんは地域内で消費する機会が多い

**Aさん** 10,000円のうち8,000円を地域外で消費。地域に残るお金は20%の2,000円

**Bさん** 10,000円のうち2,000円を地域外で消費。地域に残るお金は80%の8,000円

### Aさんのケースから経済循環を考える

- ◇Aさんは、10,000円のうち20%が地域内に留まる。同じように他の人も得た収入のうち20%を地域内で消費すると仮定
- ◇経済循環は以下ようになる

1巡目 (Aさん) : 10,000円→2,000円  
2順目 (飲食店主人) : 2,000円→400円  
3順目 (理髪店主人) : 400円→80円

地域内で使われたおカネ

$$10,000円 + 2,000円 + 400円 + 80円 = \mathbf{12,480円}$$

### Bさんのケースから経済循環を考える

- ◇Bさんは、10,000円のうち80%が地域内に留まる。同じように他の人も得た収入のうち80%を地域内で消費すると仮定
- ◇経済循環は以下ようになる

1巡目 (Bさん) : 10,000円→8,000円  
2順目 (飲食店主人) : 8,000円→6,400円  
3順目 (理髪店主人) : 6,400円→5,120円

地域内で使われたおカネ

$$10,000円 + 8,000円 + 6,400円 + 5,120円 = \mathbf{29,520円}$$

### ●地域内経済循環の効果

- ◇A、Bは手元に同じ10,000円を保持していたのに、地域内の経済循環はAが12,480円なのに対してBは29,520円と、これだけの差が生じる。
- ◇経済循環は、投資されたおカネが行き渡り、元のカネ以上の影響を地域にもたらす。
- ◇ただし、この経済循環を誘発するためには、  
①地域内に消費できるカネがあること、②地域内にカネを投資する機会があること、が必要。

## ●音更町にこの2条件は存在するか？ .....

### ◇地域内にカネを持ってくること

外貨を稼いでくる産業は音更にはある。農業、IC工業団地、帯広への通勤など外貨が入ってくる余地は大きい。

### ◇地域内にカネを消費する機会があること

**地元で消費する機会が少ないことが音更の課題。**その点、経済規模は大きくないが農産物を中心とした地産地消の推進によって、地域の所得を伸ばすことは十分に可能。

## ●地域内経済循環の重要性 .....

### ◇地域でおカネを使うことの意味

地域内だけで消費を完結することはナンセンス。しかし、小さな規模でも地域内で経済循環を発生させることによって、地域経済の自立性を高めることは可能。

### ◇地域（経済）を豊かにする地産地消

やっぱり経済的に余裕があればこそ、経済以外の豊かさを育む機運は生まれる。

## 5 おわりに

## ●地産地消の推進に向けて .....

### ◇ローカルなスケールだからできること

日本経済や北海道経済のスケールでは地域内経済循環は機能しづらい。地域の独自性を発揮できるローカルなスケールだからこそ地産地消は効果を発揮する。

### ◇ローカルなスケールでしかできないこと

地産地消は、そもそもグローバル化と勝負しないところに存在意義がある。地元の人々のやる気と工夫次第でオリジナリティあふれる面白いことができる。

## ●最後に .....

### ◇働かない地域に未来はない

労働する喜びを忘れたスペイン、ポルトガル。過去の労働にあぐらをかいたイギリス。  
→歴史的経験によれば、労働を忘れた国や地域は衰退の一途をたどっている。

### ◇音更町はまだまだ豊かになることができる！

地産地消は経済的豊かさだけにとどまらない労働の喜びを体感できる一つのツールであり、これからの音更の地域づくりには重要な課題。

## ●豊かで元気な地域づくり .....

### ◇働く喜びと地域の再建

経済発展は、これまで各個人が行っていた様々ななりわいを次々と奪っていった（社会的分業）

### ◇経済的効率性と人間にとっての効率性

しかし、貨幣という物差しで評価されない労働は脈々と行われている実態がある。

**→経済的豊かさを求めつつ、自分たちが楽しんだり、面白がってやれること、＝生きがい、働きがいを見つけることが地域づくりの本質**