

アグリ・フードビジネスとツーリズム・テロワール
——「新ネットワーク」論に基づく地域産業クラスター研究の今日的課題——

小田滋晃*・伊庭治彦**・香川文庸*

Agricultural-food business, “Tourisme et Terroirs”

A Close-up study of the industrial cluster based on new network theory

Shigeaki Oda, Haruhiko Iba, Bunyou Kagawa

In this study we consider the importance of the relation of the agricultural production process in the local area and the network among related independent industries. We re-examine the known concept of agricultural production and processing businesses from the viewpoint of the agricultural-industrial cluster, focusing on production industries in the local area. Following this new idea and the “Tourisme et Terroirs” concept, we discuss a new business model derived from so-called “small world phenomena” based on new network theory. We evaluate usage of new phenomena derived in conjunction with it. Finally we discuss the methodology for establishing name brand products from the local area based on this new business model.

Our goal is to find what has been hidden in this field of research and propose a direction that we should take.

1. はじめに

食卓を巡る我々の周りには様々な農業由来の食品素材が存在する。一般に、それらの食品素材は生産と流通・交易に関する様々な制度の制約や影響の下、関連産業を巻き込みながら社会的に生産され、流通・消費されている。その際、様々な主体の介在の下に農業的特質に規定されながら地域や農地と当該主体との一定の関係が歴史的経緯を伴って形成されてくることになる。そこでは、各主体の経済・経営的特質や各主体間に存在する様々な関係や特質を見出すことができ、今日、それらは様々なアグリ・フードビジネス¹⁾として展開されてきている。

そのアグリ・フードビジネスの中核をなす農産物生産・加工事業に関しては、当該農産物生産農家が一般に産地として地域集積しており、これらの農家も含め当該地域は当該加工プラントを軸に関連団体、関連企業、関連組織等でネットワークされた地域産業クラスター²⁾として位置づけることができよう。しかし、当該農産物生産過程の特徴とそこから生産される農産物そのものの特徴や有り様、及びそれら農産物を「加工」した結果として産出される

*) 京都大学大学院農学研究科

**) 神戸大学大学院農学研究科

製造物の特性等に大きく影響され、地域産業クラスターの中に多様で複雑な独自の社会的生産システムが地域的・歴史的に形成されてきている。

そこで本稿では、アグリ・フードビジネスとして、いわゆる農工間連携としての既存の農産物生産・加工事業に焦点を当てると共に今日的な新事業形態にも着目し、地域性を考慮した農産物生産過程との関連性や関連主体間連携を重視しながら地域産業クラスターの視点からそれらの事業を再整理・類型化する。その上で、この類型化をベースに「ツーリズム・テロワール」概念を新たに導入し、それらアグリ・フードビジネスの展開・再編方向について検討する。次いで、「新ネットワーク」論に基づく「スモール・ワールド」現象とそれを梃子とした「シンクロ」現象の活用による地域産業クラスターを形成する農業生産・加工事業をコアとしたアグリ・フードビジネスの活性化・創成を図る方向に関して若干の試案とビジネス・モデルのアウトラインを示す。そして、以上の検討や試案、アウトライン等を踏まえアグリ・フードビジネスをコアとした「新ネットワーク」論に基づく地域産業クラスター研究に関して、検討すべき諸課題を導出・整理し、この種研究領域における今後の展開方向を提示したい。なお、本稿においては畜産物や水産物は考察の対象から除くこととする。

2. アグリ・フードビジネスの類型化と特徴

(1) アグリ・フードビジネスの基本的類型化

最初に地域産業クラスターの視点から農産物生産・加工事業に焦点を当てアグリ・フードビジネスの類型化を、前過程としての農業生産を重視しつつ、それに続く農産物加工事業としての最終的な形態である食品素材の有り様に着目して帰納的に試みてみよう³⁾。

まず、ワインや果実・野菜缶ジュース⁴⁾は、貯蔵性が乏しい果実・野菜等の青果物に保存性能を付与するためにそれらを形態変化させた製造物として開発されてきたといえる。例えばワインは、地中海地方を中心とした夏季乾燥地帯において飲料水の確保が困難な地域における飲料用として搾られたブドウ果汁を一年間保持させるために醗酵させた形態⁵⁾として開発されてきた⁶⁾。漬物や梅干もこの形態に分類できよう。本稿では、この農産物生産・加工事業形態を「貯蔵型」形態と呼んでおく。

次に、パンや麺類（パスタ等を含む）、ケーキ・菓子等の原料となる小麦粉等の製粉、砂糖、澱粉、食用植物オイル等は、穀類（トウモロコシを含む）や豆類、甜菜、澱原用馬鈴薯等を一次原料とし、貯蔵性も付与された二次原料形態の製造物として開発されてきたといえる。本稿では、この農産物生産・加工事業形態を「二次原料型」形態と呼んでおく。

また、茶やタバコ⁷⁾は嗜好品として貯蔵性も付与された形態の製造物として開発されてきたといえる。醤油、ソース等の調味料や味噌、納豆⁸⁾、ワイン以外の醸造酒も嗜好品としてこの形態に分類できよう。また、コーヒーもこの形態に分類できると考えられる。本稿では、

この農産物生産・加工事業形態を「嗜好型」形態と呼んでおく。

最後に、上記の3形態との比較において重要な視点を与えると考えられるアグリ・フードビジネスの類型として、モヤシ生産事業を考える。このモヤシは準工業的に生産されるが製造物は明らかに生鮮農産物として位置づけられる形態である。言い換えれば、この形態は農業生産過程と加工プラント過程が一体化した形態と位置づけることができよう。この形態には、工場生産型⁹⁾のキノコや野菜も含まれる。本稿では、この事業形態を「準工業型」形態と呼んでおく。

なお、ワインや梅干、漬物等では、その後の歴史的発展の中で貯蔵性能の枠を越え、果実や野菜等の本来の性質をベースにしたその最終食品素材の品質性能の発現や高度化を目的として、それらの原料となる当該果実や野菜が生産されるようになってきたといえる。特にワイン生産は優れて農業的な特質を持っており、単なる「農産物加工」とは一線を画する必要がある。世界のワイン銘醸地においては、ワイン用ブドウは最終製造物となるワインのポテンシャルが最大限に発揮されることを目指して生産され、その意味でワイン醸造は広義の「農業生産」と位置づけることができる。実際、ワイン醸造のためのブドウ栽培は、生食用ブドウ栽培の方式とは異質¹⁰⁾である。他方、一般の果実・野菜缶ジュースは、貯蔵性能が重視されており、生鮮果実から直に搾った果汁そのものと缶や瓶、ペットボトルに入ったジュースとでは大きな相違がある。特に、後者の缶ジュース¹¹⁾には一般的に微量の「香料」が添加されており、このために消費者は生の果実本来の性質ではない擬似的な「生のフレッシュさ」を官能的に感じることができる。そこで、本稿では前者のワインや梅干、漬物等の生産・加工事業に関する「貯蔵型」形態を特に「ワイン型」形態と分類しておく。また、後者の果実・野菜缶ジュース・缶詰等の生産・加工事業に関する「貯蔵型」形態を特に「缶ジュース型」形態と分類しておく。なお、ワインや梅干、漬物等でも普及品生産事業として「缶ジュース型」形態をとるものや、瓶ジュースやコンフィチュール等にもプレミアム品生産事業として「ワイン型」形態をとるものも存在することに留意する必要がある。

(2) アグリ・フードビジネスの基本的特徴

次に、前過程としての農業生産を重視しつつ最終食品素材の有り様に着目して類型化したアグリ・フードビジネスの上記4形態の基本的特徴を、地域産業クラスターの視点を加味しながら農業生産や地域との関連を重視して検討しておこう。なお、ここでの検討に際しては、1) 加工プラントや関連企業の規模、2) 土地との関わり（生産過程を通じて）、3) 最終製品と「テロワール」¹²⁾との関連（センサー評価¹³⁾の可能性を含む）、4) 地理的限定性の有無と要因、5) 生産に要する時間的長さ、6) 農業生産段階に対する最終製品の品質へのこだわり、7) 農業生産主体と最終生産物生産主体との関連性、8) 最終生産物の品質・品位と農業生産物との関連、9) 各段階における市場状態や取引の方法、等についてそれぞれ考慮する。

①「貯蔵型」形態

「貯蔵型」形態においては、果実・野菜生産地域において農家によって生産・収穫される当該農産物を基本として当該加工事業が展開されてきている。この形態のアグリ・フードビジネスは一般に地域の地理的限定性に制約されており、地域の土地との関わりは極めて大きいといえる。また、原料として供給可能な果実や野菜の量及び最終製造物の販売可能量に制約されて加工プラントや関連企業の地域における集積や規模が規定される。

特にワインや梅干生産等の「ワイン型」形態は、既に述べたように基本的に最終製造物としてのワインや梅干のポテンシャルが最大限に発揮されることを目指した農業生産が指向され、農業生産段階におけるブドウや梅¹⁴⁾等の地域性や「テロワール」を重視した品質・品位と、それを原料とした最終製造物の専門家によるセンサリー評価可能な品質・品位との関連性は極めて高く、農業生産段階に対するこだわりは強いといえる。また、特にワインに関してはブドウの規定量収穫が園地開設から最低3年、さらに収穫後白ワインで最低1年、赤ワインで最低3年という仕込み・熟成のための年月を要する。また仕込には季節性を有し熟成期間も相当程度必要とするものもあり、その意味でワイン生産は極めて資本効率の悪い事業形態を余儀なくされる。そのため、一般的には農業生産段階における生産者と加工事業者とのコミュニケーションが重要となり、一種のパートナーシップが形成されてくる場合もある。場合によっては、生産から加工までの一貫生産を指向する農家や事業者も存在する¹⁵⁾。したがって、当該業界における寡占的な事業体の存立は一般に困難であり、地域において多くの生産農家の存在をベースに中小規模の事業体が並存し集積するケースが多い¹⁶⁾。また、市場条件や取引に関しても生食用市場や輸入庭先価格水準を参考にしつつも、パートナーシップ関係として内部化されることが少なくない。さらに、最終製造過程も品質管理が可能な工場生産とは違い、ワイン醸造過程は極めて農業生産的な特質を持っているといえる。

他方、「缶ジュース型」形態では、ミカン・ジュース加工プラントのように地域の拠点となるような地域寡占的な大規模事業体が形成される場合がしばしばあり、その場合プラント稼働の効率化のために地域内農家から生食用に出荷できない果実の裾もの処理として集荷される原料ミカンだけでなく、地域外や海外からも原料ミカンや原料ジュース液（濃縮果汁還元液）の調達を図る必要に迫られる場合もある。特に、わが国では農協系の事業体によるジュース加工プラントが圧倒的に多いが、その事業体は他方でジュース原料の調達リスクを絶えず負っているといえる。その意味で、ミカン生産農家とジュース加工プラントとの関係は、生産者協議によって決定される裾もの処理としての原料ミカンの買取価格の低位性とも相まって極めて希薄といえる。さらに、缶ジュース等の最終製造物の農協関連事業体による独自販売もわが国における農産物加工品流通の問題から極めて困難であり、多くの場合、大手食品メーカーや卸会社の委託生産として行われているのが現状である。なお、最終製造過程は「ワイン型」形態とは違い、一定程度の均質な製造が可能となる工業生産的な側面も有している。

②「二次原料型」形態

わが国においては、「二次原料型」形態に分類される麦作、豆作、甜菜作及び澱原用馬鈴薯作¹⁷⁾は北海道における大規模畑作農家の輪作体系として位置づけられている。これら作物に関する農産物生産・加工事業はその意味で北海道という地理的限定性に制約されており地域と土地との関わりは極めて大きい¹⁸⁾。特に甜菜作と砂糖生産、澱原用馬鈴薯作と澱粉生産の関連においては、甜菜や澱原用馬鈴薯が重量農産物であり圃場から加工プラントまでの原料輸送のコストを抑えるために、砂糖製造プラントや澱粉製造プラントは原料農産物生産地域内に設置される必要がある。その意味でそれらのプラントは多くの大規模畑作農家を翼下に持つ地域拠点として一定地域に集積し、稼動期間も馬鈴薯や甜菜の収穫後という季節性を有することになる。ただし、砂糖製造プラントでは砂糖という極めて均質な品質を有し、「テロワール」を主張する余地のない貯蔵性に優れた製造物が最終製造物となり、規模の経済性の下に甜菜に対する地域需要がそのプラントに寡占化されている。また、原料となる甜菜の品質に関しては栽培管理方法によるブレが少なく、糖分の含有量のみが問題となり、砂糖製造原料以外には用途流用できないことから、生産者も最終製品としての砂糖の品質にはほとんど関心が無く、甜菜生産量と糖分含有量のみに関心が注がれることになる。さらに、砂糖価格は国内市場と国際市場とが制度的に切り離され、制度的に上限が設定された生産量に対して「調整金」方式で最終的な農家手取り額と砂糖製造事業者の手取り額とが補償されている。そのため、農家と砂糖製造事業者との関係は慣行に従った交渉の余地の少ない形式的・事務的なものになっている。澱粉製造においても砂糖製造と同様な状況にあるが、原料となる澱原用馬鈴薯の品質と最終製造物となる澱粉の品質とが一定程度関連し、その品質差が最終的な用途に幅を持たせることや大規模畑作農家の裾もの馬鈴薯の処理問題とも関連し、砂糖製造のような当該原料に対する地域需要の特定の大規模プラントによる完全な寡占化には到っていない。したがって、多くの中小規模の澱粉製造事業体の存立も許しており、澱粉製造事業体の地域集積と共に大規模事業体と中小規模事業体の棲み分けが一定程度できているといえる。

また、わが国では製粉や食用植物オイルに関しては、一部に地域特産的な取り扱いが見られるものの、大部分の原料小麦やオイル・シードは他用途への需要とも競合している国際市場からの輸入に頼っている。そのために、製粉プラントや製油プラントは、荷降ろしが容易な港湾地域に集積することになる。これらの最終製品は、原料となる麦やオイル・シードの種類に基本的に依拠しており、最終製造物の品質は砂糖や澱粉と同様に極めて均質であり、これらは工業生産的な特質を持っているといえる。その意味で、原料小麦やオイル・シードの生産地域やその「テロワール」との関連や農業生産段階に対する最終製品の品質へのこだわり等は極めて希薄であると考えられる¹⁹⁾。

③「嗜好型」形態

茶に代表される「嗜好型」形態は、「貯蔵型」形態の一つに分類される「ワイン型」形態

の梅干製造に極めて近い形態といえる。ただし、茶製造の場合、梅生産農家段階で行う梅干製造の一次加工とは異なり、茶葉生産農家段階で行う荒茶加工で茶の品質がほとんど決定してしまう。茶葉は収穫時期や栽培方式、加工方式の相違により多様な種類があり、産地によっても相違がある。そして、一般的には茶の仕上げを行う最終仕上げ事業者は、荒茶の品質を見極めた上で荒茶市場から入札や契約等によって荒茶を買い付け、それらを最終製品に仕上げる。なお、茶葉生産から製茶、最終仕上げまで一貫体系で行う事業者も存在するが、この場合、基本的にはワイン製造の場合と事情は近似している。荒茶加工に関しては、個人、任意組織、農協等の経営形態の相違があり、加工施設も小規模から大規模まで様々な施設規模が存在するが、それらは一定地域に集積している。荒茶の品質は生茶の品質に大きく左右され、茶葉生産の季節性、地域や「テロワール」との関連等が極めて強いといえる。ただし、様々な形態があるにせよ一般的には茶葉生産者が荒茶加工までを行うことから、生茶の品質と荒茶の品質との関連性は強く意識されており、荒茶の品質に関しては専門家による厳しいセンサー評価が可能となる。しかし、茶葉生産者と最終仕上げ業者との関係は契約栽培でない限り、パートナーシップのような関係ではなく荒茶市場を介した売り手・買い手の関係となる。

タバコ葉生産についても茶葉生産と同様に考えられるが、タバコ葉の需要はわが国においてはJTの独占であり、また最終製造品としてのタバコの品質と農産物としてのタバコ葉の品質との関連は消費者には全く意識されない。ただし、タバコ葉の品質は専門家の評価によってJTの買取価格に強く反映される。

また、醤油その他に関しては、最終製造品の生産過程で醗酵過程等が介在してはいるが、ワイン製造事業と違い製造の季節性は基本的になく、原料となる農産物の生産された地域や「テロワール」との関連も希薄で、工業生産的な色彩が強いといえる。その意味で製造に要する時間的長さを除けば「二次原料型」形態の食用植物オイルの製造事業に極めて近いといえよう。しかし、これらの最終製造物は長年にわたり一定の地域で開発・継承されてきたものも多く、また、原料農産物に地域的なこだわりを残す場合もある。

④「準工業型」形態

モヤシ製造に代表される「準工業型」形態の最終製造物はモヤシやキノコ、野菜というように紛れもない生鮮農産物である。その製造過程は農業生産と同様に植物の成長現象に依拠し、工業製品のように直接の製造を行っているわけではないが、形態的にはほとんど工業生産的過程と見なすことができる。したがって、本来的な意味での工業的生産管理・品質管理が可能である。そして、その技術的特質により製造システムと結びついた原価のリアルタイムでの導出が可能となり、これらの管理会計システムが工業製品とほぼ同様にマーケティングの場での価格交渉力付与の一翼を担っている。したがって、その製造過程においては、仕込から製造完了までの短期の一定期間を一サイクルとする工程が複数ライン工業的管理下に

置かれ、それぞれの工程が仕込み日をずらして進行することで、日々、一定量で一定の品質の生産が可能となる。もともと、種子を原料に土地から離れた施設で製造するので、地域性や「テロワール」とはほぼ無関係といえる。最終製造物としてのモヤシやキノコ、野菜の最終需要量が把握できるなら確実に収益が見込まれるビジネスといえる。しかし、O157騒動に見られたように風評被害等が発生して需要が一旦スタグナントすれば、製造工程を途中で止められないという農業の技術的特質の宿命で大量の不良在庫が発生し、その処分に多大な費用と労力が必要となるリスクも抱えている。

以上の形態別特徴をまとめたものが表1である。

表1 アグリ・フードビジネスの基本的特徴

		具体例	農業経営と加工プラントの関係	センサリー評価
貯蔵型	ワイン型	ブドウ→ワイン 梅→梅干 野菜→漬物（高級）	非常に強い	可能
	缶ジュース型	果実・野菜→缶ジュース 果実・野菜→缶詰 果実・野菜→コンフィチュール	弱い	不可能
二次原料型		馬鈴薯→澱粉 甜菜→砂糖 小麦→小麦粉・麺	やや強い	困難
嗜好型		茶葉→茶 タバコ葉→タバコ 酒米→酒	強い	一部可能
準工業型 ^注		モヤシ キノコ	なし	不可能

出所：筆者作成

注：農業生産とプラント加工が一体化した形態と考えられる。

3. 「ツーリズム・テロワール」概念の導入と 「新ネットワーク」論適用の含意

ここでは、わが国における農産物生産・加工事業を中核としたアグリ・フードビジネスの展開・再編やそれらの活性化を通じた地域産業クラスターの展開・創成を図る際に、新たに導入する「ツーリズム・テロワール」概念とそれを活用して実際的なアクションを誘発する方策を支える理論的根拠を概説しておこう。

(1) 「ツーリズム・テロワール」概念

最初に既に言及した「テロワール」概念から整理しておこう。仏語である「テロワール」は、通常「地味」と訳されることが多いが、元来、フランス・ワイン産業において伝統的に使用されてきた概念²⁰⁾である。一般にはワイン用ブドウを栽培する当該地域や特定農地に固有の生産力を規定する自然条件を意味する土壌の肥沃度や物理的構造、地層構造、気候等を総合的に評価する概念であり、これには慣行的な栽培技術、土地改良や水利条件等の歴史的に形成されてきた人為的な土地条件も加味される。

この「テロワール」概念に対して、「ツーリズム」という概念は欧州においては当該地域の慣習、風習や歴史、風景・景観、さらに当該地域で輩出された芸術、文化や産業とそれに関する著名人等の社会・人文的な地域資源そのものを総合的に評価することと併せ、それら社会・人文的な地域資源の探索活動とを指す概念として広く使われてきている²¹⁾。その中には、ブドウ生産者やワイン醸造家も含まれてくる。そして、近年ではこれら2つの概念を統合した「ツーリズム・テロワール」という評価概念がワイン経済・経営に関する研究領域で援用されてきており、ワイン産地が有する質的・量的な生産力に加えて地域の社会的資源を源泉とする商品としてのワイン価値の評価概念として定義されてきている²²⁾。特に、フランスの地ワイン産地として有名なラングドック・ルシヨン地域²³⁾におけるワイン産業の活性化方策を具体化するための理論的根拠を与える強力な基礎概念としてこの種の研究領域や普及領域で重要視されてきている。すなわち、ワインの国内及び海外市場での市場競争の激化と国内における急激なワイン消費の減退を背景として、地域特産物として位置づけられる地ワインの消費者に対する訴求力を向上するために、「ツーリズム・テロワール」概念で評価される地域資源を自己の地ワインとどのようにリンクするかが研究・普及上重要な課題となっているのである。

この「ツーリズム・テロワール」という評価概念は、もともと広域的なあるいはグローバルなワイン市場で競争力が弱い地ワインを「地産・地消」を中心に生産・マーケティングしていこうという発想の下に開発されてきたものといえる。具体的には、「ツーリズム・テロワール」評価は縦横の二つの評価軸により図1に示したように4つの領域に大きく分類できる。従来のフランス・ワイン産業は「テロワール」の評価軸に重きを置き、特別に訓練された専門家のセンサー評価を通じて最終製品である当該ワインを「テロワール」の評価軸で評価し、それを様々なメディアを通じて普及させてきた。もちろん「テロワール」の評価が高ければそれだけワインの「価値」も高く評価され価格も高い水準となる²⁴⁾。したがって、「テロワール」の評価が低いワインは、地ワインとして低価格ワインに位置づけられることになる。しかし、急速なワイン消費の減退の中で、地域のワイン産業とそれを核とした地域産業クラスターとを継続的に維持するために必要な最低価格水準でも規定量の販売が難しくなってきたという現状において、新たな対応方向が模索されてきた。それが「ツーリズム」評価軸の導入ということである。すなわち、従来の「テロワール」評価軸に「ツーリズム」

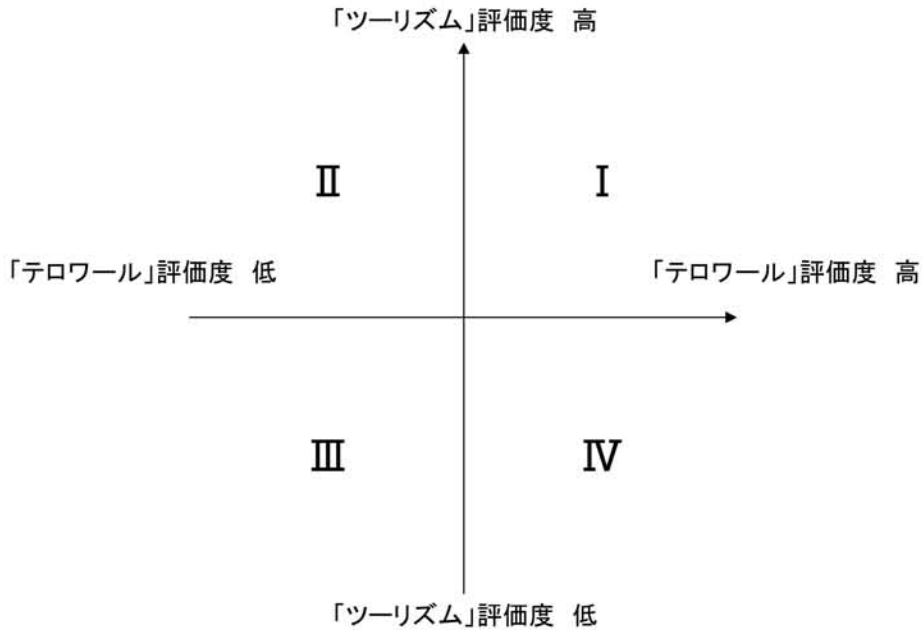


図1 「ツーリズム・テロワール」の評価概念図 出所：筆者作成

評価軸を加えることにより、「テロワール」の評価は低い「ツーリズム」の評価を高めることで「テロワール」だけでは評価が低かった地ワインの価値を広くアピールする。そして、そのことにより当該地ワインの価値を評価できる消費者に範囲は限定されるが、一定程度の消費量の確保により、地域のワイン産業とそれを核とした地域産業クラスターとを保全し活性化させていこうとする方向である。これは、言い換えれば図1の第II象限で地域ワイン産業の活路を見出そうとする方向である。

ところで、この「ツーリズム・テロワール」概念は、評価概念であり、ワイン産業だけではなく様々な農産物や農産物加工品を対象を拡大することが可能だと考えられる。そしてその上で、この評価概念は、対象となる農産物や農産物加工品の各品目や製品特性²⁵⁾という製品の本来的評価軸を前提に、大きくは自然的側面と社会的側面の二軸で地域の農産物生産・加工事業の生産・マーケティングを簡便に評価していこうとするものである。したがって、評価方法を工夫することで「地産・地消」といったローカルな生産・マーケティング対応に留まらず、グローバルな範囲にまで評価の射程を広げることができる応用性の高い評価概念として再構築することが可能と考える。すなわち、図1に示したようにフランス・地ワイン産業が射程としている第II象限のみではなく、農産物生産・加工事業を中核としたアグリ・フードビジネスの評価に際して4つの象限を考慮するという発想である。

(2) 「新ネットワーク」論適用の含意

しかし、「ツーリズム・テロワール」概念を活用してどのように地域ワイン産業の活路を

見出そうとするかについての方策を支える理論的根拠については、フランスでも十分な論議がなされているとはいえない。そこで、本稿ではワインだけに留まらず様々な農産物及びその加工品に適用可能と考えられる「ツーリズム・テロワール」概念を前提に、その活用に際して考慮すべき理論的根拠として「スモール・ワールド」論とそれをベースとした「シンクロ（同期）」論を重要な柱とした「新ネットワーク」論の導入を検討してみよう²⁶⁾。

「新ネットワーク」論における「スモール・ワールド」論は、「世間は狭い」という現象の理論的根拠を与えるものである。「世間は狭い」という驚きを多くの人が経験するが、これは普段は意識しないが人々の近くに様々な形で存在する「スモール・ワールド」現象が時たま当該個人にその姿を現して認識されることによる。言い換えれば、「世間は狭い」という事実は、普段認識されないだけで絶えず身近にある状態ともいえよう。その意味で、「スモール・ワールド」現象は確率論における「大数の法則」に匹敵する経験則として位置づけられる可能性を持つものである²⁷⁾。この現象の意味するところを理論的に述べれば、ある複雑なネットワーク上の任意の2つのノードが低い「隔たり次数」でリンクされていることを意味する²⁸⁾。具体的には、この世界で全く関係が無いと考えられるAとBという主体が、互いに自分とだけ関係があると思われていたCという主体を、全く関係が無いAとB互いが知っていたことを改めて知って驚くということである。あるいは、この全く関係の無いAとBとが数人の知人を介して関係（友人の友人という連鎖）しているということでもある²⁹⁾。

また、「シンクロ」現象とは、各ノードで同時に同じタイミングで何らかの活動が誘発されることをいう。ただし、反復運動（点滅や振動等）と「シンクロ」現象とは深い関係にあるが、混同してはならない。前者は律動性と呼ばれるが、律動性のない「シンクロ」現象も多くあり、例えば、オーケストラの各楽器が醸し出すハーモニーや人々の共感等がこれに該当する。なお、複雑なネットワークにおいて各ノードがどのように「シンクロ」するかというメカニズムの解明は理論的には非常に難しい。しかし、経験的には、はじめ一部の極めて狭い範囲の近接するノードが「シンクロ」したことを契機にネットワークを通じてカスケードが発生し、それがドミノ的にネットワーク全体に波及することによって広域での「シンクロ」現象が出現すると言われている。この時、複雑なネットワークに現れる「スモール・ワールド」現象がこの「シンクロ」現象のベースにあると考えられている。そして、複数のノードがある活動において「シンクロ」する場合、その「シンクロ」した活動から影響を受ける様々な側面においてシナジー効果（非線型効果としてのブーム化や活性化）を誘発すると経験的に考えられる。

したがって、この「スモール・ワールド」論と「シンクロ」論を柱とした「新ネットワーク」論の本稿における含意に関して、一つの側面を試案として簡単に概略すれば次のようになる。まず「ツーリズム・テロワール」概念を手がかりにして、農産物生産・加工事業を中核としたアグリ・フードビジネスに関する既存の地域産業クラスター内及びその地域や地域外とのネットワークに新たなリンクを意識的に構築する。そして、そのことによって出現す

る「スモール・ワールド」現象によってその地域産業クラスターを展開・発展させつつ、それに基づいた「シンクロ」現象を誘発させることによって地域活性化を図ろうということである。

4. 「ツーリズム・テロワール」概念からみた アグリ・フードビジネスの展開方向

ここでは、地域産業クラスターの視点を加味しながら、その前過程としての農業生産を重視しつつ最終食品素材の有り様に着目して帰納的に5つの類型に分類したアグリ・フードビジネスとしての農産物生産・加工事業の特徴の整理を前提に、「ツーリズム・テロワール」概念を援用してアグリ・フードビジネスの活性化・再編及び創成の方向について整理・検討しておこう。

①「ワイン型」形態に関して

この形態におけるアグリ・フードビジネスの主要な最終食品素材は、具体的にはワインや梅干、漬物が該当する。ワインについては既に地ワインに関して部分的に言及してきたが再度整理すると、これらの形態は「テロワール」評価軸を重視する図1の第Ⅰ象限や第Ⅳ象限で展開可能となるプレミアム・ワイン³⁰⁾と「テロワール」評価軸での評価が低く「ツーリズム」評価軸を積極的に活用する必要のある図1の第Ⅱ象限での展開が主になる地ワイン³¹⁾とに大別できる。前者は、地域においてブドウ栽培事業やワイナリー事業の集積と共に様々な関連事業と地域内でリンクした地域産業クラスターを形成し、最終食品素材であるワインをグローバル市場で販売できる競争力を有した形態である。後者は、既に言及したように「ツーリズム」評価軸を活用しつつ「地産・地消」を中心とした域内消費を前提に地域産業クラスターの維持を図ろうとする方向である。また、場合によっては、「地場」産で「地場」市場対応から全国市場対応へ発展・拡大する形態もある。ただし、後者ではグローバル市場で評価されるブドウ品種に転換しつつ「テロワール」評価軸を一定程度維持し、大規模・大量生産で不良在庫リスクを内包しながら低価格戦略によりグローバル市場での競争に打って出る方向も存在する。

②「缶ジュース型」形態に関して

この形態におけるアグリ・フードビジネスの主要な最終食品素材は、具体的には缶や瓶、ペットボトル入りの果実・野菜ジュース、瓶詰、缶詰やピューレ等が該当する。この形態はその製造の特徴から最終食品素材としては「テロワール」評価軸での評価は極めて低いといえる。しかし、原料果実等は「テロワール」評価軸で一定程度評価できるので、情報の非対

称下にある消費者には一定の「テロワール」評価を意識させることは可能となる。しかし、原料果実を想定できるセンサリー評価は困難なので、消費者へ当該品目を訴求する場合、「ツーリズム」評価軸での対応が基本となる。

他方、この種の形態では「テロワール」評価軸と「ツーリズム」評価軸の2軸とも評価できないあるいは重視しない図1の第Ⅲ象限で製造品展開する事業もあることに留意する必要がある。この場合は、最終食品素材の特性のみに依拠した生産・販売方式となり、最初から全国やグローバル市場対応をとる方向での展開となる。漬物やコンフィチュールなどでもこのような形態³²⁾がみられる場合がある。

したがって、この形態は特定野菜・果樹産地における裾もの処理としての拠点的加工プラントを中核とした野菜・果樹栽培農家の集積としての地域産業クラスターとして認識可能となる。

③「二次原料型」形態に関して

この形態におけるアグリ・フードビジネスの主要な最終食品素材は、具体的には、製粉、食用植物オイル等が該当する。食用植物オイルを除けば、わが国においては砂糖、澱粉、製粉は北海道畑作農業地帯の多数の大規模畑作農家³³⁾の地域集積により季節性を持ちながら生産が担われ、既に言及したように特に砂糖、澱粉に関しては地域の拠点となる砂糖製造プラントや澱粉製造プラントと畑作農家との連携の上にそれらが製造されている。確かに農業生産段階では北海道という「テロワール」評価を発揮する余地はあるが、最終食品素材となる砂糖や澱粉は精製物で「テロワール」評価軸で評価する根拠をほとんど失っており、輸入物や輸入農産物から製造される最終製造物との区別は基本的には困難となる。また、これらの農業生産・加工事業は国の価格制度の支えによりかろうじて畑作農家を含む各事業体の維持、存続が図られている。この点は欧米でも同様な状態にあるといえ、これらの品目に共通の特徴となっている。また、製粉や食用植物オイル等の原料は基本的に海外に依存し、最終食品素材についても品質的な均一性が保たれており砂糖、澱粉と同様に「テロワール」評価軸で評価を発揮する余地はほとんど無いといえる。また、最終食品素材の特性上、「ツーリズム」評価軸での展開には相当な工夫が実際上必要となろう。

④「嗜好型」形態に関して

この形態におけるアグリ・フードビジネスの主要な最終食品素材は、具体的には茶、日本酒等の醸造酒、タバコ等が該当する。茶は、嗜好品的性格と相まって「ワイン型」形態と同様に高品質なものほど、優れて「テロワール」評価を重視可能とする食材である。この評価のベースは、具体的に茶生産でみるとワイン生産の場合と違い基本的に地域に集積している各生茶生産農家が個別や任意組合組織、農協等の経営形態の相違はあるにせよ生産者自らが携わる荒茶加工段階で担われることになる。その後、専門家による品質評価で等級が付けら

れることになるが、これは言い換えれば「テロワール」評価軸での評価を公式化しているといえよう。その上で、更なる展開の余地を「ツーリズム」評価軸に置くことができ、「ツーリズム・テロワール」による地域活性化を指向することに生産者・消費者共に違和感が無いといえる。そして、この評価を基礎としてローカルな「地産・地消」レベルから全国、グローバル・レベルでの展開も可能となる。

⑤「準工業型」形態に関して

この形態におけるアグリ・フードビジネスの主要な最終食品素材は、具体的にはモヤシや工場栽培³⁴⁾のキノコや野菜等が該当する。この事業形態は既に述べたように工業生産に準じており、「テロワール」評価軸での評価が極めて低く、「土」からは全く切り離された典型的なアグリ・フードビジネスである。基本的にこの事業形態のアグリ・フードビジネスは、一般的な企画・品質管理が可能な工業的ビジネスに準じた事業形態である。しかし、最終食品素材は紛れも無く農産物であることから、敢えて考慮すれば、モヤシ等は原料となる「豆」や生産段階で大量に使用「水」に対して「テロワール」を評価することは一定可能と考えられる。同様に、欧州におけるマッシュルーム生産事業では、その培地に馬の堆肥が大量に使用されることにより、その堆肥の収集場所としての馬産地の「テロワール」を評価することも一定可能であると考えられる。さらに、近年新たに出現してきた「高度発芽プロトコル」を産業シーズとした新興ビジネス³⁵⁾は、そのビジネスの正にシーズとなる種子の収集場所として「テロワール」を評価することが一定程度考えられる。

しかし、これらの事業の展開では、その製品そのものでマーケティングすることを基本としつつも、「ツーリズム」評価軸を駆使することで最終食品素材のマーケティングに対して大きな助けとなる可能性は残されていよう。

5. 「新ネットワーク」論の援用による 地域産業クラスターの活性化と創成の方向

ここでは、「スモール・ワールド」論と「シンクロ」論を柱とした「新ネットワーク」論の援用可能性に着目しつつ、それらに依拠した「ワイン型」形態としての地ワイン生産を中心とした既存の地域産業クラスターの活性化の方向について、また「準工業型」形態としての「高度発芽プロトコル」を産業シーズとした新たな地域産業クラスター創成の方向について、それぞれ試案としてのスケッチを与えておこう。「ワイン型」と「準工業型」の2つの形態は、ある意味でアグリ・フードビジネスを中核とした地域産業クラスターの有り様に関して両極に位置する類型と考えることができよう。また、その他の形態についてもこれまでの断片的な展開の経緯に関して「新ネットワーク」論で整理したスケッチを与えておこう。

(1) 「ワイン型」形態について

ここでは、日本の地ワイン生産を中心とした地域産業クラスターを想定し、その既存地域産業クラスターの活性化を「ツーリズム・テロワール」概念を軸として「新ネットワーク」論を援用して考察してみよう。

最初に、地ワインといえども商品としてのワインそのものの酒質の向上と特徴付けが技術的に必要となる。しかし、「テロワール」を一定維持するためには酒質の向上はあくまでも「地域」から逸脱することは避けねばならない。すなわち、品質が良く安価でも海外産のブドウは輸入せず、価格水準が高くてあくまでも地場産のワイン用ブドウを確保すべきであろう。その意味で、「テロワール」の一定の維持はワイナリー経営のあり方とも密接に関連する。その上で「ツーリズム・テロワール」概念における「ツーリズム」評価軸を重視する方向で、生産者や関連事業者及び消費者の各個人の意識の中で「ツーリズム」評価軸に関する様々な知識や情報の断片が地域やワイナリー、当該ワインとリンクされて内的な「シンクロ」現象を誘発させることが必要となる。この段階はまだ個人レベルに対するアクションが必要な段階である。そのためには、当該ワイン産地・ワイナリーや当該ワインと様々な「ツーリズム」評価軸における地域資源とがパンフレットやホームページ、ブログ、その他様々なメディア等により具体的・外的に「シンクロ」することが必要条件となり、合わせて費用対効果の見極めも同時に必要となる。この時、従来では考察の対象外にあった意外なノードとのリンクを意識的に構築することが特に重要となる。例えば、従来の農や食と離れた、文化、芸能、アパレルやスポーツ等に関係するノードとのリンクが、個人レベルだけではなく次の段階の「シンクロ」にもつながってくる。これら、異業種が当該地域産業クラスターに新たなノードとしてリンクされることがネットワーク費用の問題と合わせ、「新ネットワーク」論の援用では重要となる。

その後、この各個人の意識の中での内的「シンクロ」現象が複数の個人間の意識の中でさらに「シンクロ」することで、局所的に「シンクロ」現象のカスケードを誘発させることが重要となる。すなわち、各個人の生活の場でポツポツと話題にのぼるという状態である。その局所的な「シンクロ」現象のカスケードがいたるところで誘発されることによってその「シンクロ」現象の連鎖がさらに「シンクロ」することで「シンクロ」現象がドミノ的に誘発される。そのことで、当該地ワインが一定の話題性を獲得し当該地域の周辺地域も巻き込んだ一種のブームを呼ぶという一つのシナリオが想定できる。この現象は、「ツーリズム・テロワール」で評価される様々な意味が込められた「十勝」というハブ³⁶⁾と共に「町民還元ワイン」を新たな一つの重要なノードとして誘発された十勝ワイン・ブームや、同様に「神戸」というハブとリンクして誘発された創業当時の神戸ワイン・ブーム等の具体的事例で一定評価できよう。この場合、最初に地域関連産業や地域関連資源間及び地域内外の消費者との「弱いリンク」³⁷⁾を確立し、その後に地域内外のハブとなる人々や組織の活動への支援を教育・普及活動の推進、広報の拡大を通じて図り、活発化させていくことも重要な要素となる。

(2) 「準工業型」形態について

次に、「準工業型」形態に区分される新興の「高度発芽プロトコル」を産業シーズとしたビジネス³⁸⁾を事例として想定し、地域産業クラスター創成の方向を「ワイン型」形態と同様に考察してみよう。

まず、「高度発芽プロトコル」の確立により、従来では結びつかない様々な用途への応用が可能となり、また種子の種類の違いにより多様な有用物質も抽出される可能性がある。例えば、ワイン搾りかすから産業廃棄物として出されるブドウ種子から水溶性ポリフェノールが安価で大量に抽出可能となる。この水溶性ポリフェノールは高機能サプリメントの原料や畜産業・水産業等で乳房炎や冷水病・褐変等を防ぐ高機能飼料や高機能水質改良材としても高い効果が認められている。また、大豆から製造される「高度発芽大豆」はそのままで機能性食材としても利用できるほか、機能性を持った豆腐や納豆としての用途、乾燥して製粉するとイースト菌で醗酵可能となり高機能大豆パンやピザ等の生地が製造可能となる。その他、この「高度発芽プロトコル」は米、麦、蕎麦等様々な種子や豆類にも応用でき、それぞれで多様な高機能性食材や原料として応用可能となる。さらに、水溶性ポリフェノールは高機能飲料水や高度吸着剤等の新素材としての用途にも応用が考えられる³⁹⁾。

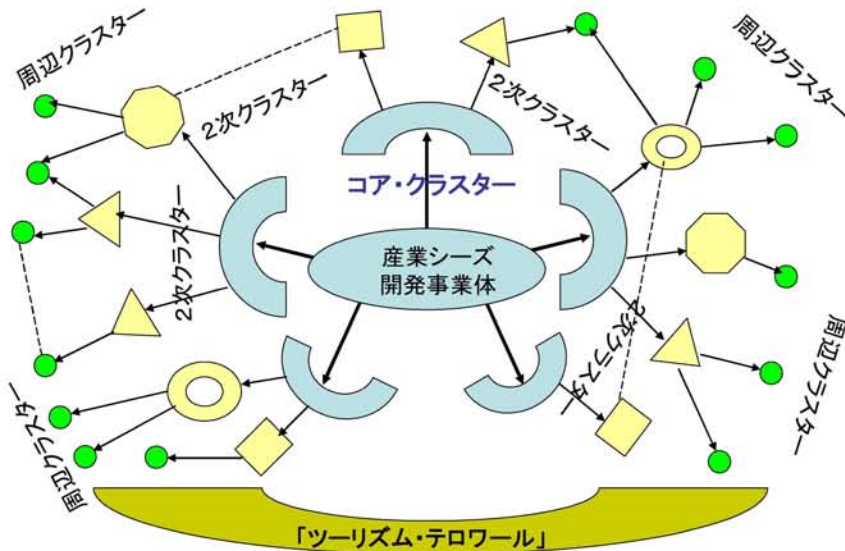


図2 アグリ・フード産業クラスター創成の可能性 出所：筆者作成

このように「高度発芽プロトコル」を産業シーズとして、地域の様々な種子や豆類を原料として様々な用途に事業展開可能となり、同事業は図2のような同心円状の地域産業クラスターとして創成される可能性を持っている。これらは、豆腐産業や納豆産業等の既存の産業ネットワークとのリンクも可能であり、事業展開上考慮する必要がある。しかし、信用力が低い段階では銀行等の金融ネットワークから有効な資金調達難しい関係から、ベンチャー

企業の資金調達として一般的な人的ネットワーク⁴⁰⁾や地域行政からの補助金に依存した形態をとることになり、地域を重視しつつどの事業から着手するかが重要となる。この時、「ツーリズム・テロワール」概念を重視する方向での事業展開の検討も必要となろう。その後、様々な地域資源とのネットワーク化を前提に事業展開を図り、各事業とのネットワークの「スモール・ワールド」化を通じた「シンクロ」現象の誘発を導くために、各事業経営内や経営外での関係主体の意思統一や連携・調整を図る仕組みを構築することが必要となろう。この仕組みを発展させることで、創業地だけでなく全国の様々な地域で同様な展開とネットワーク化が可能となり、「高度発芽プロトコル」を産業シーズとした地域活性化が全国で展開され、その方向で「シンクロ」することが想定できる。この展開は、さらにグローバル化も射程に入れることでさらなる発展の可能性が見出される。その意味では、地域発でグローバル化を目指す農商工連携の可能性をその仕組み自体に内包するものといえよう。

(3) その他の形態について

ここでは、いくつかのアグリ・フードビジネスの展開について断片的なスケッチを与えておこう。

まず、「缶ジュース型」形態について愛媛県青果農業協同組合連合会の「ポンジュース」が全国展開可能となった事例を考察しておこう。この前提条件としては、「缶ジュース」品質の工業的な意味での改良が挙げられる。すなわち、「テロワール」との関連を絶った微量香料の添加手法により口当たりと風味が良いと消費者がセンサー評価できるようになったことがある。その上で、「ミカン王国・愛媛」という「ツーリズム」評価を前面に出した戦略である。しかし、これだけでは当連合会によるジュース販売の全国展開は困難であったといえる。全国展開の契機は、冬季に行われた国鉄のストであり、このストの影響で大量のミカンが出荷不可能となりミカン生産農家が多大な損失を被ることとなった。それを知った国鉄が救済の意味で「ポンジュース」を全国のキヨスクで販売することとなった。これは、「ミカン」と「国鉄のスト」という「弱いリンク」の形成を契機とした「スモール・ワールド」現象を事業展開に活かしたと考えられる。そして、既にその全国出荷が可能となる経営的対応体制が当連合会で既に準備されていたことから、これらの条件下で販売に関する消費者の意識に「シンクロ」現象を誘発させることで一挙に全国展開が可能になったと考えることができよう。

次に「2次原料型」形態について、北海道の大規模畑作と澱粉製造プラントや砂糖製造プラントとの例を考察しておこう。ここでは、畑作農家と各加工プラントとの原料の取引を巡るコンフリクト問題と国の価格制度等が当該地域産業クラスターのネットワーク構造や各主体間に誘発される「シンクロ」現象の程度に大きく影響していると考えられる。すなわち、澱粉や砂糖の品質特性と原料農産物との関連性の特質、及び国の価格制度の影響により関連主体間での意識の上での「シンクロ」現象の誘発が当該ネットワーク上で希薄になっているといえる。その意味で、個別農家の経営対応も極めて個別的で連携性が弱いといえる。

最後に「嗜好品型」形態について「茶」産業の例を考察しておこう。茶産業では茶園の「テロワール」と農家段階で行う荒茶加工の水準、専門家の「鑑定」、最終仕上げ業者とのリンクとそれを前提とした各主体間の技術的「シンクロ」現象が最終的な茶の品質に影響するといえる。この「シンクロ」現象は、農家段階では茶畑の「テロワール」と作業の良し悪し、荒茶加工の工程管理等、個別経営問題と直結する。また、専門家の「鑑定」は産地ブランドを支える大きな支えとなり、「ツーリズム」評価にも依拠する最終仕上げ業者の経営とも密接に関連する。

6. アグリ・フードビジネスをコアとした 地域産業クラスターに関する今後の研究課題

本稿では、農産物生産・加工事業に焦点を当てた様々なアグリ・フードビジネスを、その前過程としての農業生産を重視しつつ最終生産物形態である食品素材に着目して類型化し、それらの展開・再編方向を「ツーリズム・テロワール」概念を導入して整理した。そして、その上で「新ネットワーク」論の中心概念となる「スモール・ワールド」論に基づくなんらかの「弱いリンク」を「ツーリズム・テロワール」概念との関連で位置付けた。次いで、「シンクロ」現象を誘発させることによって地域産業クラスターを形成する当該アグリ・フードビジネスの活性化・創成を図る方向に関する試案としてのスケッチを、「ワイン産業」とその対極に位置すると目される「準工業型」形態に分類できる新興の「高度発芽プロトコル」による事業を例に描写した。また、その他の類型についても断片的なスケッチを提示した。

その上で、「日本の地ワイン産業」に着目したスケッチから描かれる地域産業クラスターのコアとなり、当該ネットワークの重要なノードと目されるアグリ・フードビジネスとしての中小ワイナリーの視点に立った展開・再生の方向に関して次のようなビジネス・モデルが想定できる。

1. 既存地域産業クラスター・ネットワークの活用
2. 「ツーリズム・テロワール」概念を活用した地ワインと関連する地域の新たなノードと新たなリンクの構築
3. 当該地ワインが「ツーリズム・テロワール」概念でリンクした地域の様々なノードと局所で内的・外的な「シンクロ」現象のカスケードを誘発させる地域組織や事業経営、マーケティング等の仕組みの構築
4. 内的・外的な「シンクロ」現象のカスケードがドミノ効果へとつながることを期待
5. 地産地消をベースとした新たなステージへのワイナリー経営やマーケティングの対応とこれら構築された仕組みの維持・発展

次に、新興の「高度発芽プロトコル」による事業展開のスケッチからは同様にコア事業体

の視点に立って次のようなモデルが想定できる。

1. 「ツーリズム・テロワール」概念を活用しつつ地域の局所で「シンクロ」現象を誘発できる「高度発芽プロトコル」を適用する当初事業の決定と経営体制の確立
2. 当初事業と「シンクロ」可能な他の「高度発芽プロトコル」を適用できる事業への進出と各事業体のヒト・モノ・カネに関するネットワークの構築
3. これら地域でのカスケード的な「シンクロ」現象をドミノ効果へ高める「高度発芽プロトコル」を適用できる事業の多角化と全国展開への助走
4. 全国規模での効果的「シンクロ」現象を誘発可能な「高度発芽プロトコル」を適用できる様々な事業のネットワーク化の再構築とそれに適応した経営形態の選択
5. これらの全国的事業ネットワークをベースとしたグローバル対応への発展

極めて限定的ではあるが以上のように想定できるアグリ・フードビジネスに関するビジネス・モデルの試案のアウトラインや5. で示した地域産業クラスターの活性化と創成の方向に関するスケッチ等をベースにしつつ、アグリ・フードビジネスをコアとした「新ネットワーク」論に基づく地域産業クラスター研究に関して、検討すべき諸課題を整理し、この種研究領域における今後の展開方向を提示しよう。

課題の第1は、「ツーリズム・テロワール」概念を援用して導出した各類型のアグリ・フードビジネスの特質に着目し、当該地域産業クラスターの象徴となる最終食品素材に関する品質特性やブランドの形成論理とそれらに基づく当該地域産業クラスターの展開・再編・創成の方向性を明らかにすることである。

課題の第2は、第1の課題の解明を前提に、当該アグリ・フードビジネスを中核とした地域産業クラスターの展開・再編・創成の実際の場合において、「新ネットワーク」論における「スモール・ワールド」現象とそれに基づく「シンクロ」現象がどこでどのように出現し、あるいは出現する可能性があるのかを明らかにすることである。また、それらの現象が具体的にどのようなメカニズムで発現・作用するのか、あるいはする可能性があるのかを解明することも重要である。そして、それらの解明を前提として「新ネットワーク」論の援用方法やその応用可能性を明らかにすることも必要となろう。

第1の課題に関しては、当該地域産業クラスターの象徴となる最終食品素材に関する品質特性やブランド力は、当該地域産業クラスター展開のベースとなる。その上で、当該地域産業クラスター展開の方向性に関して、地産地消を目指すのか、あるいは地域発で全国市場やグローバル市場での展開を目指すのか、当初から一般市場を重視する方向を目指すのか等が、その最終食品素材に関する品質特性やブランド力に大きく影響されることになる。その際、「ツーリズム・テロワール」概念に基づいた最終食品素材に関する品質特性やブランドの具体的評価方法の開発と共に、地域産業クラスターの展開・再編・創成の方向性をその評価方法に基づいて見極めるための具体的分析・検討方法を各類型のアグリ・フードビジネスの特

質や特徴を踏まえて開発することが必要となる。

第2の課題に関しては、各類型のアグリ・フードビジネスを中核とした地域産業クラスターを巡って地域内や地域外に存在する様々なレベルでリンクされたヒト・モノ・カネに関するネットワーク⁴⁾について、まずそれらのネットワークの具体的有り様を見極める必要がある。そして、それらのネットワークの中で要となるネットワークに着目しつつ、それらのネットワークを見出してリンクし、そのリンクを維持・継続する当該アグリ・フードビジネスに関する経営者・企業者能力の解明が次に必要となる。その際、「スモール・ワールド」現象を引き出すために、どのようなノードやハブを含めたネットワークにどのようにリンクするのかに関する方法・手段を具体的に明らかにすることや、そのための費用対効果等の評価も必要となろう。さらに、それら新たなネットワークを前提に、そこで誘発される「シンクロ」現象の具体的な作用の有り様をその「シンクロ」現象を誘発させる作用因子や「シンクロ」するノードの具体像を明らかにすることによって解明する必要がある。その上で、ターゲットとなる「シンクロ」現象を直接・間接に誘発させる論理の解明や具体的な方法の開発が必要になると共に、その誘発を抑制すると考えられる様々な要因についても明らかにすることも必要となろう。

また、第1、第2の両課題の解明のベースとしては、第1に各類型のアグリ・フードビジネスの特質を前提とした地域産業クラスターにおける当該及び関連経済財の需給とその市場構造や取引形態、各種の制度や規制、そこで発生するコンフリクト問題、食品リスクを含む様々なリスク問題等について明らかにする必要がある。これらの課題は、地域産業クラスターの展開・再編・創成の方向性の解明や地域産業クラスターを巡る様々なネットワークの具体像を明らかにする前提となる。また、これらの市場構造や取引形態、各種の制度や規制、コンフリクト問題、食品リスクを含む様々なリスク問題等は、「シンクロ」現象の誘発や増幅、抑制の作用因子とも関連しよう。第2に、当該アグリ・フードビジネスの特質を前提とした地域産業クラスターの展開・再編・創成を支える各関連主体別に見た人的資源の発掘、育成、支援及び組織化・ネットワーク化に関する課題は、ネットワークで最も重要な人的ネットワークを構成するノードやリンク、それらを前提とした「シンクロ」現象の具体像の解明の前提となろう。そして、第3に、当該アグリ・フードビジネスの特質を前提とした地域産業クラスターにおける各関連主体別の経済的、経営的、会計的特質に関する課題は、人的ネットワークに次ぐ重要性を持つ産業ネットワーク（内・外、同種・異種）や金融ネットワークを構成するノードやリンク、それらを前提とした「シンクロ」現象の具体像の解明の前提となろう。なお、各関連主体別の経済的、経営的、会計的特質に関しては、近年重視されてきた「社会的説明責任」や「企業倫理」に関する課題が、当該地域産業クラスターにおける様々なネットワークでの各ノードやリンクのあり方、「シンクロ」現象の発現、増幅や抑制に影響する重要な条件ともなる。

以上の課題群の解明により、地域経済のポテンシャルを支える様々なアグリ・フードビジネスをコアとした地域産業クラスターの役割や機能を「ツーリズム・テロワール」概念や

「新ネットワーク」論を基に明らかにすることがまず可能となろう。その上で、当該地域における個別農家や個別生産経営の維持・発展というマイクロ・サイドの問題から地域資源（特に農地）の維持・保全というマクロ・サイドの問題にまでまがり、地域農業の再生・発展に有効となる一定の方向性を持った具体的なビジネス・モデルの提示が各関連主体ごとに可能となろう。

7. 最後に

本稿では、地域産業クラスターの視点からアグリ・フードビジネスとしての農産物生産・加工事業をその素材となる農業生産との関連を重視して体系的に類型化しつつ、「ツーリズム・テロワール」概念を軸とした「新ネットワーク」論の援用により、地域産業クラスターの活性化方策やその創成についてその方向性を提示し、この種領域におけるアグリ・フードビジネスを中核とした地域産業クラスター研究の諸課題を整理した。

今日、わが国において少子・高齢化の流れの中、米消費の急激な減退と停滞を始めとして日本酒や味りん、味噌、醤油等、日本的といわれる食品素材の消費が軒並み減少してきている。一方で、BRICsといわれる新興諸国の急激な経済発展とそれに伴ったそれら諸国の中産階級や富裕層の激増、急激な原油高に端を発したバイオ・エタノール生産の急拡大、地球温暖化による穀倉地帯を襲う大干ばつの危機等により、わが国は今後海外から安定した食料の調達が困難となる入り口に差し掛かりつつあるといえる。

このような情勢下で世界的に「日本食」ブームが起こり、国内で消費が減退してきた米を初め日本酒や醤油等の日本の食品の需要が世界的には増加しつつある。今後、「食」と「農」を取り巻く状況は世界的にも大きく変化することが予想され、その意味で日本の地域農業にはフード・システムを越えた異業種とも連携できるアグリ・フードビジネスを中核とした地域産業クラスターの新たな展開や創成が必要になってくると考えられる。ソニー創業者の盛田昭夫氏の「世界規模で考え、地域から行動する」という有名なフレーズが、今日、日本や日本の地域農業の基本的方向性を明示しているといえよう。

注

- 1) 本稿では、農業経営も含め農業及び農業関連ビジネスを総称する。
- 2) 本稿では、文献[5]の定義に従って地域に集積している関連産業の全体を総称する。
- 3) 本稿においては、地域産業クラスターの視点に立ちつつ、農業生産や土地との関連が重要と考えられる食品素材に限定して焦点を当てる。そのため家庭における調理の範疇に属すると目されるレトルト食品やお菓子等の食品加工産業は、農業生産との関連が希薄な「調理型」形態として類型化し、本稿の射程

から外す。

- 4) 瓶・ペットボトル入りジュース、果実・野菜缶詰、ビューレやコンフィチュール等を含む。
- 5) 詳細は、文献 [1] [7] を参照。
- 6) この意味で、ワインは日本酒等のその他の嗜好品の色彩の強い醸造酒とは歴史的に一線を画していると考えられる。
- 7) 食品ではないがアグリ・フードビジネスの観点からは茶と同様の対象になると考えられる。
- 8) なお、豆腐はパンや菓子類と同様に「調理型」形態に属すると考えられ、本稿の対象からは除く。
- 9) 土地から離れた溶液栽培も含めることができよう。
- 10) 粒が小さく、皮が厚く、大きくて内容物がしっかり詰まった種があり、そして糖度が高いという性質を持つブドウ生産を目指している。
- 11) 本稿では「缶ジュース」で、瓶やペットボトルに入ったジュース類を総称する。
- 12) 仏語の“Terroir”であり、一般に「地味」と訳されるが、次の3.で詳細を言及する。
- 13) 本稿では、「センサー評価可能」とは一定の「テロワール」が評価できる良い品質という意味で使用する。
- 14) 農家段階における一次加工品を含む。
- 15) 一貫生産では、ブドウ園地規模とワイナリーの醸造規模とのマッチング問題がある。
- 16) 詳細は、文献 [10] を参照。
- 17) 生食用及びポテトチップ等の加工用馬鈴薯の裾ものも含まれる。
- 18) 沖縄県のサトウキビ作も同様な関係にあるといえる。
- 19) オーストラリアで契約栽培されている讃岐うどん用の小麦は例外といえるかもしれない。
- 20) 文献 [12] を参照。
- 21) 著者の欧州における専門家への聞き取り調査では、「ツーリズム」という用語は、わが国では観光に力点が置かれているが、むしろ欧米では観光や探索活動も含め、そのための目的となる地域資源により軸足が置かれている。なお、この調査は、文部科学省科学研究費・基盤研究B(2)海外『ワイン・ビジネスの展開とそれを取巻く社会・経済環境に関する国際比較研究』平成14年～16年によるものである。
- 22) 著者の欧州におけるワイン経済に関する専門家への聞き取り調査の結果から示唆された。
- 23) ラングドック・ルシヨン地域のワイン生産は、地ワイン生産が中心でフランスではワイン生産量が最も多い地域である。
- 24) ただし、ワインの値段と消費者の「好み」やワインの「味覚」とは別であることには留意する必要がある。
- 25) 色彩・形、見かけ、重量、硬さ、粘り、大きさ、舌触り、味覚等の客観的な物理・化学的特性、なおワインについてはこのような品質特性は既に消費者に理解済みといえる。
- 26) 文献 [11] [15] [17] [18] を参照。
- 27) 現時点では、ネットワーク論による数学的な解明は困難であるが、将来的には解明されなければならない課題といえる。
- 28) 「ノード」とは、「結び目」の意味でネットワーク上の結節点を指す。具体的には社会においては、特定のヒトやモノ、地域等がこれに当たる。また、「隔たり次数」とは、特定の「ノード」間にある最小の「リンク」数をいう。なお、「リンク」とは、2つの「ノード」の間に張られた関係を指す。
- 29) ミルグラムによると、世界中の任意の2人は「隔たり次数」平均6で結ばれている(文献 [17] を参照)。
- 30) 例えばフランス・ブルゴーニュ地域やボルドー地域等の銘醸ワイン。
- 31) ラングドック・ルシヨン地域の地ワインやわが国の地ワイン等。
- 32) 具体的な事例を挙げれば、「キューリのキューちゃん」の「東海漬物」や「アヲハタ」の「ジャム」等が該当する。
- 33) 沖縄県のサトウキビ生産農家も含む。
- 34) ハウスの溶液栽培等も含む。
- 35) 「高度発芽プロトコル(特殊な条件化とオペレーションによる)」により発芽させた種子を産業シーズとしたアグリ・フードビジネス。

- 36) 「ハブ」とは多くの「ノード」と「リンク」された影響力の極めて強い特定の「ノード」を指す。
- 37) グラノベッターの「弱い紐帯」(文献[3]を参照)の意味で、既存ネットワークに「スモール・ワールド」現象をもたらす要因として重要な概念となる。
- 38) 滋賀県長浜市に「高度発芽プロトコル」を産業シーズとして起業したベンチャー企業のS社を想定している。従来、植物種子が発芽すると種子の有用物質は発芽時に使用されて一挙に減少するというのが常識であった。しかし、S社の創業者は前職のキャリアとして持っていたモヤシ栽培技術の蓄積の下に、ある特別な条件化で一定のコントロールを加えて発芽させると有用物質はむしろ増加することを見出し、この「高度発芽プロトコル」を確立して事業化した。
- 39) 詳しくは、<http://www.indivi-wine.com/slt/>を参照。
- 40) 文献[21]を参照。
- 41) 人的ネットワーク、産業ネットワーク(内・外、同種・異種)、地域ネットワーク(内・外)、同士の・クラブ的ネットワーク、金融ネットワーク等。

参考文献

- [1] 麻井宇介『比較ワイン文化考—教養としての酒学—』、中央公論新社、1981年5月
- [2] 荏開津典生・樋口貞三編『アグリビジネスの産業組織』、東京大学出版会、1995年1月
- [3] グラノベッター(渡辺深訳)『転職—ネットワークとキャリアの研究』、ミネルヴァ、1998年
- [4] 斎藤 修『フードシステムの革新と企業行動』、農林統計協会、1999年6月
- [5] マイケル・ポーター著(竹内弘高訳)『競争戦略論Ⅱ』、ダイヤモンド社、1999年8月
- [6] Donald Getz, “EXPLORE WINE TOURISM: Management, Development & Destinations”, Cognizant Communication Corporation, 2000
- [7] 麻井宇介『ワインづくりの思想—銘醸地神話を超えて—』、中央公論新社、2001年9月
- [8] 麻井宇介『麻井宇介対論集「酒」をどうみるか—20世紀におけるアルコール飲料の動態的諸相』、醸造産業新聞社、2001年10月
- [10] 小田滋晃「ワイン・ビジネス研究の対象と課題」、『生物資源経済研究』第7号、2001年12月
- [11] アルバート＝ラズロ・バラバシ著(青木薫訳)『新ネットワーク思考—世界のしくみを読み解く』、NHK出版、2002年12月
- [12] Emmanuelle Vaudour, “Les terroirs viticoles —Définitions, caractérisation et prorection—”, Dunod, 2003
- [13] 石倉洋子・藤田昌久・前田昇・金井一頼・山崎朗『日本の産業クラスター戦略』、有斐閣、2003年12月
- [14] François d’Hautville etc, “Bacchus 2005”, Dunod, 2004
- [15] ダンカン・ワッツ著(辻竜平・友知政樹訳)『スモールワールド・ネットワーク—世界を知るための新科学的思考法』、阪急コミュニケーションズ、2004年10月
- [16] 増田直紀・今野紀雄『複雑ネットワークの科学』、産業図書、2005年2月
- [17] マーク・ブキャナン著(阪本芳久訳)『複雑な世界、単純な法則』、草思社、2005年3月
- [18] スティーブン・ストロガッツ著(蔵本由紀監修、長尾力訳)『SYNC—なぜ自然はシンクロしたがるのか—』、早川書房、2005年3月
- [19] 伊庭治彦、小田滋晃「わが国のワイナリー経営と地域活性化の論理—地方中小ワイナリーの事業多角化を視点として」、日本ブドウ・ワイン学会誌、Vol. 16、, No. 2、2005年10月
- [20] 影山将洋・徳永澄憲・阿久根優子「ワイン産業の集積とワイン・クラスターの形成—山梨県勝沼地域を事例として—」、『フードシステム研究』第12巻3号、2006年2月
- [21] 橘木俊昭・安田武彦『企業の一生涯の経済学』、中西屋出版、2006年

(受理日 2008年1月23日)