

北海道酪農の 6 次産業化の課題に関する一考察 —労働力の確保と販路拡大に焦点を当てて—

下西 俊也(資源環境経済学講座・農業経営経済学分野)

【目的】

現在北海道では高齢化や地域の人口減少が急速に進み、耕作放棄地の増大や新規就農者の減少など、様々な問題を引き起こしている。その中でも酪農は、TPP や EU との EPA による乳製品等関税の撤廃や輸入枠の増加及び飼料価格の高騰により、生産費が上昇するなど、酪農を取り巻く外的要因はこれまで以上に厳しいものになっている。このような状況の下で、国は農山漁村の 6 次産業化を押しすすめているが、酪農においては、①一人当たり年間労働時間が 2200 時間を超えており、6 次産業化を行う際の労働力の確保が難しい、②多くの酪農経営では、指定団体に生乳を委託販売しており、6 次産業化を行う際に必要な販売ノウハウが無いなど、様々な課題に直面している。そこで本研究では、酪農の 6 次産業化において主に問題となっている労働力確保と販路拡大に焦点を当て、それらが経営にどのような影響を及ぼしているのか、また直面する問題にどのように適応しようとしているのかを明らかにすることを目的とする。

【方法】

本研究では主に 3 種類の調査を行った。まず、「農業の 6 次産業化の取り組みに関するアンケート調査」(総務省)から、労働力確保と販路拡大に関する内容を抽出し、行政機関等による支援や直面した課題への対応、今後の方向性などについて整理・分析を行った。次に、北海道において乳製品の 6 次産業化を行っている 11 経営体を対象に、現地ヒアリング調査とオンライン・インタビューを行った。最後に、6 次産業化を行う事業者に対する具体的な支援について、北海道内の農協を対象にヒアリング調査を行った。

【分析結果】

少子高齢化や都市部への人口流出が深刻な問題となっている地域では、農協女性部やママ友など、女性同士のネットワークが労働力確保に重要な役割を果たしていることが明らかになった。また、労働力を十分に確保できない状況でも、労働分配の効率化や繁忙期の営業時間の短縮などで 6 次産業化の製造部門を柔軟に調整できることが示された。一方で、商品売り込む営業部門では、適切な人材の確保が課題となっている事が明らかになった。農協へのヒアリング調査では、6 次産業化事業の開始前には約 8 割の農協が支援を行っていたが、事業開始後は 2 割以下まで低下しており、地域のイベントや事業者の紹介等の販路拡大に関係するサポートが不足していることが明らかになった。

【結論】

6 次産業化に取り組む経営体と農協へのヒアリング調査から、地域の農協と事業者が一体となって販路拡大に取り組むことで、農協や行政、地元企業を含めた地域的なネットワークが形成され、営業部門の人材不足を補完できることが示唆された。よって、北海道酪農の 6 次産業化の発展と、持続可能な地域社会の構築に向けて、農協や普及指導センターが中心となり、地域の催事やイベントの紹介、民間企業や他地域の農協への橋渡し役など、事業開始後も継続してサポートする体制を構築する必要がある。