

6次産業から0次産業へ

最近、被災地内外で農漁業の6次産業化がキーワード化している。6次産業化とは、従来の生産（1次産業）主体の農漁業を、加工（2次産業）や流通・販売（3次産業）までも含む総合的な産業にし、そこに活路を見出そうというものである。そして、そのいずれもが同等に重要であるという意味で、 $1+2+3=6$ ではなく、 $1\times 2\times 3=6$ である、などとも言われている。

しかし、近年6次産業化が叫ばれそれが普及するにつれて、食べ物の味が均質化し、味気なくなってきたと感じるのは筆者だけであろうか。以前、あるいちご農家を訪ねたところ、それまで私たちが好んで買い求めていた、あるいちごの品種が、もうこのあたりではどこでも栽培していないとのこと。農家の方が言うには、その品種は確かに味が良いのはわかっているが、栽培すると大小さまざまな粒ができる。大きな粒は高く売れるが、小さな粒は手間が同じでも価格は安い。それに比べ、最近開発された品種は、味は落ちるけれども大粒で粒揃いが良く、また流通過程でも傷みも少ない、ということであった。もとの品種は生産者も味が良いとわかっていて、消費者もそれを求めているにもかかわらず、流通・販売まで考えると、それが消費者には届かないということになってしまっている。

実は2次産業でも大分前からこのような現象はおきている。グローバル化が進み、価格競争が激化する中で、現場の技術者がこの方が良いと分かっているが、コスト面、あるいは売れ筋の面から不本意な部品をつくらざるを得ないということが長らく続いている。そしてそのようにして開発された製品は、消費者に長く使われることなく捨てられ、さらに新しいものに買い換えられることになる。

これに対して、民芸品や工芸品といわれるものはどうであろうか。作者は、それが使われることを前提として、自分で納得のいくものをつくり、使用者はそれを長く使えば使うほど、その良さが分かり愛着が増していくというものが多い。

現代社会は「切り身社会」であり、生産の現場から消費者の間には多くの仕組みやお金が介在し、その流れはとぎれとぎれになっている。そこでは、もともとの“もの”や“こと”が持っていた個性や多様な価値が流通の過程で失われ、ある単純な価値基準に沿ったものだけが大量に流通し、消費者に届けられる。

もとより、良いものをつくりたい、使いたい、美味しいものをつくりたい、食べたいという心は、生産者であれ消費者であれ、人間として本源的なものであり、産業以前の問題である。もともと人間にとって、生きるための生産の現場と暮らしは一体のものであった。それが社会が進むにつれて分業化し、切り身社会化するにしたがって、1、2、3次産業以前の“0次”のものを忘れるようになってしまった。

“地産地消”や“産直”は生産の現場と人々の暮らしを直接つなぎ、この“0次”のものを伝える仕組みでもあった。しかし、今声高に叫ばれている6次産業は、一歩間違えば、生産者の心も消費者の気持ちも考えないような、そしてその大半は食べられることなく廃棄されてしまうような巨大流通システムに乗る食品の供給元をつくるだけに終わる恐れすらある。

食品は、それが商品である以前に、つくる人の心や生産地の風土ゆえの多様な価値を持つ“食べ物”であるべきであると思う。 $1\times 2\times 3$ の6次産業ではなく、その先にある $0\times 1\times 2\times 3\times 0$ の“0次産業”が今こそ大切なのではないだろうか。