

AFC フォーラム Forum

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

3

2012

特集 農業へ、企業参入新時代



特集

農業へ、企業参入新時代

3 第2フェーズ参入企業が新農業モデルを

渋谷 往男

農業への企業参入は、農地法改正に伴い第2フェーズへ。全国各地で参入した大小さまざまな企業がつかんだビジネスチャンスとは何か

7 参入企業と農村社会との融和が共存のカギ

室屋 有宏

参入企業と農村の間に入り地域の面的発展につなげる戦略的ポジションにある農協。企業の声を地域へ、地域の声を企業へ翻訳する役割が期待される

11 農業参入企業に経営ノウハウを伝授

橋本 康治

負のスパイラルに陥る農村復活のために、ヤンマーは農業参入企業の人材育成策に取り組む。ヤンマーが考える参入の要諦を綴る

情報戦略レポート

15 参入時の土壌改良で苦勞 食の「安全・安心」確保に奏功

—企業の農業参入調査—

経営紹介

経営紹介

23 社員の意識改革がチャンス 長年赤字の農業部門を再生／静岡県

株式会社焼津冷凍

赤字が続いた農業部門のグリーンテックセンターをわずか2年で黒字化。生産や販売での問題を明らかにし、解決する社員の意識改革が利益に直結した

変革は人にあり

27 濱野 満／広島県

株式会社丸松

青果卸売企業が大規模なカボス農園を大分県に設立し、今秋に初収穫を迎える。成算があると踏み込んだ農業参入のポイントを聞いた

*本誌掲載文のうち、意見にわたる部分は、筆者個人の見解です。



撮影：永田 博義
佐賀県唐津市相知町蕨野
2003年3月撮影

花咲く蕨野の棚田

■名峰八幡岳の北面に広がる蕨野の棚田は、千枚を超える石積みであり、中には高さ日本一の8.5mのものもある。石積みの所々にある灌漑用の横穴に、先人たちの知恵を見る。麓から見上げる石積みは天にも届くように「耕して天に至る」という言葉を思い起こさせる■

シリーズ・その他

観天望気

家庭菜園から始めよう! 藤田 智 2

農と食の邂逅

有限会社紫葉園 櫻井 あや子 19
青山 浩子

耳よりな話 120

虫のいい話? 磯部 尚 22

主張・多論百出

熊本県担い手・企業参入支援課 國徳 健二 25

書評

新妻 弘明著『地産地消のエネルギー』 30
村田 泰夫

まちづくり むらづくり

住民で「やねだん」型の地域再生
行政に頼らず団結力で勝負 31
豊重 哲郎

インフォメーション

交差点 タイにおける六次産業化 34

「米粉利用の促進に係る勉強会」を開催
新潟支店 35

県内金融機関との連携深まる 鹿児島支店 35

「食と農林漁業者の交流会 IN くまもと」を開催
熊本支店 35

「近畿地区の農業経営者交流会」を開催
京都支店、大津支店、奈良支店、大阪支店、神戸支店、
和歌山支店 35

東日本大震災により被災された皆さまへの
支援策について 36

みんなの広場・編集後記 37

ご案内

第7回アグリフードEXPO東京2012 38

観天 望気

家庭菜園から始めよう!

家庭菜園が人気である。二〇〇七年三月のいわゆる団塊の世代の大量退職が始まって、その傾向が一段と強くなったと言えよう。私は、一九九六年から神奈川県伊勢原市の恵泉学園園芸短期大学、二〇〇五年からは東京都多摩市の恵泉学園大学の農場で『都市在職者のための就農準備校』と『公開講座・家庭菜園教室』を開設し、現在の職業についたまま受講可能な農業研修や生涯の趣味としての野菜づくりの講座を実施してきた。受け入れた受講生は、延べで二二五〇人を超え、農業未経験者がほとんどである。最近では、五〇代後半の男性・女性が多く、まさに「定年帰農」の反映かと思われる。この方々が私と一緒に一年間、野菜づくりに取り組んだ結果、どんな感想を持ったのだろうか。

そこには、現代人が畑に求めるものが表現されているような気がする。たとえば、「今日までサラリーマンとして仕事をしてきた自分が、土にふれ植物を育てることに、こんなにも夢中になれることが不思議に思えた」「自分のやったことが、生産・収穫に直接つながっていったことに喜びを感じる」「畑で講座の仲間と野菜の出来具合を話したり、収穫した野菜を交換したりすることが実に楽しい」「最初は、妻のお付き合ひ程度のスタートだったが、今では面白くて妻以上に熱心になった」「自分が育てたハクサイが見事に玉になり、ダイコンが立派に太ったのを見て、今度は子どもたちと一緒に育てたいと思った」など、自分で初めて野菜づくりをした喜びにあふれている。

私は何を目的にこの講座を続けているのか。それは、これら家庭菜園をする人々は、農家の苦しみや大変さを少しでも知っている存在であり、そのような人々をできるだけ多くすることこそ、これからの農業に必要と思ったからである。生産者と消費者の間に位置する人々をできるだけ多くする。これが、今一番重要ではないだろうか。

週末、額から落ちる汗を拭いながら、畑のあちこちからこだまする受講生たちの歓声や笑顔を見るときに、この畑には忘れていた大事なものがあるということに気づかされる。



恵泉学園大学教授

藤田 智

ふじた さとし

1959年秋田県生まれ。岩手大学大学院農学研究科修了。恵泉学園園芸短期大学助教授を経て、現職。専門は野菜園芸学。[NHK趣味の園芸・やさいの時間]などのテレビやラジオ出演。主な著書は、『藤田智の菜園スタートBOOK』春夏編、秋冬&春準備編(NHK出版)など多数。

第二フェーズ参入企業が新農業モデルを

農業にビジネスチャンスを求め、農地リース特区により始まった企業参入の第一フェーズ。そして今、農地法の改正に伴い、さまざまな企業が本格参入する第二フェーズに入った。それら企業の新ビジネスモデルによって、既存農業も刺激を受けて企業的な経営に取り組むチャンスが出る。

農地リースでまずスタート

農地を利用する形態の企業参入は二〇〇三年四月に導入されたいわゆる「農地リース特区」で幕を開けた。

この制度は特定区域に限り、農地を自治体経由で貸借することで企業参入を認めるものであった。〇五年には特区から「特定法人貸付事業」となり全国に展開されるとともに、農林水産省が参入促進策を講じたこともあり、参入企業が徐々に増えていった。

これらの制度はいずれも農地貸借による企業等の参入方式であり「農地リース方式」と呼ばれ、〇三年の導入から〇九年十二月に改正農地法の施行により制度がなくなるまで続いた。ここではこの六年半あまりの時期を企業参入の第一フェ

ーズと呼ぶこととする。

第一フェーズの特徴は、業種では建設業と食品産業、企業規模では中小企業、参入地域は大都市から離れた遠隔地の道県が多いという点である。参入企業数が順調に増加する一方で、経営的には厳しく、この時期は農業部門が赤字の企業が一部程度にとどまっていた。その原因は、事前の情報不足や準備不足に集約される。

たとえば、土づくりに数年を要し、収益が安定するまで時間がかかることを理解していなかった、販売の重要性を認識せず販路開拓を行わなかった、繁忙期が想定以上に忙しく本業に悪影響が出た、などである。

結果として、思うようにならず撤退する企業や農業経営を軌道に乗せる途上で本業が倒産する企業などもみられた。本業と農業を組み合わせた



東京農業大学国際食料情報学部准教授

渋谷 往男 Yukio Shibuya

しゅば や ゆきお
1963年東京都生まれ。89年東京大学大学院修了。(株)三菱総合研究所を経て、2011年より現職。専門は農業経営学。08年日本農業経営学会学会賞(学会誌賞)。著書に「戦略的農業経営」(日本経済新聞出版社、2009年)などがある。

新たなビジネスモデルもみられるが、中小企業の枠を超えるような規模にはなっていない。

こうした中で第一フェーズでの目に見える成果としては、農地の有効利用が進んだ点がある。これは参入区域を耕作放棄地や放棄される恐れのある農地としていたためである。

農地法改正で参入企業は大幅増

折しも、耕作放棄地の拡大が社会的に問題となってきたことから、国民の限られた資源といえる農地を有効利用するならば、個人や法人を問わないという考え方が強まり、二〇〇九年には三十九年ぶりという大幅な農地法の改正が行われた。

この改正では一般企業による農地所有は認めないものの、地域限定、自治体経由の貸借などの条件がなくなり、企業参入の自由度が高まった。

表1 都道府県別参入法人数(一般法人)

都道府県名	第1フェーズ (2003.4~2009.12)	第2フェーズ (2009.12~2011.11)	都道府県名	第1フェーズ (2003.4~2009.12)	第2フェーズ (2009.12~2011.11)
北海道	18	19	滋賀県		7
青森県	31	14	京都府		1
岩手県	17	26	大阪府		8
宮城県	4	2	兵庫県	13	36
秋田県	6	11	奈良県	2	11
山形県	6	11	和歌山県	3	17
福島県	16	17	鳥取県	30	28
茨城県	5	20	島根県	32	12
栃木県		11	岡山県	10	18
群馬県		5	広島県	11	20
埼玉県	4	23	山口県	6	12
千葉県	6	11	徳島県		4
東京都			香川県	10	10
神奈川県	13	14	愛媛県	9	19
山梨県	12	11	高知県	4	5
長野県	38	11	福岡県	3	7
静岡県	7	40	佐賀県		2
新潟県	32	23	長崎県	4	9
富山県	7	2	熊本県	4	27
石川県	15	13	大分県	6	7
福井県	1	15	宮崎県		4
岐阜県	10	23	鹿児島県	29	8
愛知県	12	32	沖縄県	1	9
三重県	8	12	計	※ 436	647

資料：農林水産省経営局調べ
 注)旧制度による参入法人数について、各都道府県の数字を合計すると445となり、参入法人数の合計436と一致しないが、これは複数の都道府県・市町村に参入している法人が9法人あるためである。
 筆者注)大分県は第2フェーズが7社とあるが、県資料では2010年度だけで35社となっている。

図1 企業参入の第2フェーズの特徴

		参入地域	
		遠隔地	都市近郊
企業規模	中小企業	A領域 建設業や食品産業 第2フェーズから参入促進を図った県で増加	B領域 建設業や食品産業 建設投資縮小の影響が遠隔地より遅れて発見
	大手企業	D領域 高速道で出荷に有利 適地適作による展開 パートナーの存在	C領域 消費地に近く、生産物の出荷に有利

成果が表われてきたといえる。行政の対応などにより参入ペースの違いがみられるものの、総じて、遠隔地では第一フェーズ同様に建設業、食品産業を中心に企業参入が継

てのアルルギーが減っていった。
第二フェーズで質的な変化
 こうした環境変化は参入企業数の拡大だけでなく、質的な変化をもたらしている。これは、参入側の企業と受け入れ側の地域という二つの軸で整理すると捉えやすい。
 企業規模(地元中小企業と大手企業)と立地条件(都市近郊と遠隔地)で区分して、位置づけを示したものが図1である。以下、図1のAからDの四領域に分けて第二フェーズの特徴を示す。
●A領域：中小企業×遠隔地
 この領域は第一フェーズの特徴と同じ位置である。第二フェーズへの移行に当たっては、地域側に二つの変化が見られる。
 まず、第一フェーズで多くの企業が参入し第二フェーズでは参入のペースがやや落ちてきている地域であり、青森県、長野県、新潟県、島根県、鹿児島県などがこれに当たる。
 これらの地域は、県(一部は市)が第一フェーズで積極的に企業参入を促進したため、興味を持つ地元企業はすでに参入済であること、他の企業は参入済企業の経営状況から簡単に利益が出ないことを知っていること、が背景にある。
 一方、岩手県、静岡県、大分県、熊本県などは第二フェーズで参入企業数が伸びている。これらは、前掲の県より遅れて企業参入に力を入れ始めた成果が表われてきたといえる。

同時に、農養生産法人への出資条件の緩和や農協による農業経営の解禁も行われた。
 結果として、表1に示すように、第一フェーズの参入数四三六法人に対して、農地法改正後の約二年間の企業参入数は約一・五倍の六四七法人と大幅に増えている。この時期を企業参入の第二フェーズと呼ぶこととする(注1)。
 参入企業数の増加要因としては、農地法改正が

さまざまなメディアで取り上げられたことで、単なる制度の変更だけではなく、衰退の一途をたどる農業を企業の力で何とかしてほしいという期待感が社会的に高まったことが挙げられる。
 多くの企業は農業が確実に産業化の道を歩み始めたとの認識を持ち、自社では何ができるかを考えた。受け入れる側の農家や農業関係者も法律のお墨付きが得られたことで、企業参入につい

律のお墨付きが得られたことで、企業参入につい

律のお墨付きが得られたことで、企業参入につい

律のお墨付きが得られたことで、企業参入につい

続している。

●B領域：中小企業×都市近郊

都市近郊地域として、表1の関東圏（茨城県、神奈川県、中部圏（岐阜県、三重県）、近畿圏（滋賀県、和歌山県））を見るとき、いずれの府県でも第二フェーズの参入企業数が伸びている。

これらの地域では公共事業削減の影響や農業衰退の状況が遠隔地ほど顕著ではなかったため、第一フェーズでの参入企業数は全般的に少なかった。第二フェーズに入ると、一部の県が企業参入の相談窓口や補助事業をつくるなど参入促進策を講じたこともあり、地元の中小企業を中心に参入企業が現れている（注2）。自治体が入力を入れた背景として、都市近郊でも耕作放棄地が大きな問題となっていることがある。

大手流通が消費地近くで参入

●C領域：大手企業×都市近郊

表2が示しているのは主に第二フェーズに参入した大手企業である。イトーヨーカ堂、イオン、ローソンなどの大手小売業を中心にまず関東圏で参入している。

大手企業の参入は、地元という強みがない代わりに、条件の良い地域を選べる点が強みである。採算性を考えると輸送面で有利な都市近郊が選ばれる。

特に、小売業は商品配送の重要性を熟知している。イオンでは店舗に商品を配送して、空荷となった帰り便のトラックに当該店舗近くの農場で収穫された野菜を積み込んで自社の配送センターに送るなど輸送面を重視して参入地域を考え

ている。

また、イトーヨーカ堂では自社での食品リサイクルが主目的であり、野菜くずや堆肥の輸送のために都市近郊での参入になる。

●D領域：大手企業×遠隔地

表2では参入場所を選べるはずの大手企業でも遠隔地に参入している例がある。これには理由があり、いくつかの類型に分けられる。

第一に、C領域同様、輸送を考えた立地である。遠隔地とされる県であっても高速道路を使うことで地方中核都市や自社店舗に運びやすい場所に参入している。イオンが参入した大分県九重町や島根県安来市は高速道路を使えば福岡市や広島市とのアクセスが良好である。

第二に、適地適作での参入である。作物の種類や拡大、通年でのリレー出荷などを考えると遠隔地で生産しなければならぬものもある。

ローソンの十勝でのバレイショ生産やたらみの諫早市でのミカン生産はこれに当たる。ローソンが、千葉県、鹿児島県、北海道の各地で大根生産を行うのは通年供給を考へてのことだろう。

第三に、パートナーの営農地点である。住友化学や住友商事、三菱商事など多くの企業がパートナーを伴った参入である。こうした場合は、立地よりもパートナーが優先されるため、遠隔地での参入になる。

間接的な利益をわらう大手企業

大手企業への拡がり第二フェーズの大きな特徴といえるが、参入事例に見られるような数少ない、あるいは数十社の規模であっても土地利用型農

業から得られる利益は、本業と比べると微々たるものである。にもかかわらず、大手企業はなぜ農業に参入するのか。

食品産業は自社商品の差別化や食品リサイクルの実現、食材の安定確保、などの狙いがある。

農業や食品との関連が薄いと思われるような化学や鉄道も間接的な狙いがある。住友化学は、農業、肥料などのメーカーでもあり、国内農業の衰退が事業フィールドの縮小につながるといって危機感があった。加えて、農業の試験対象として植物を見てきたが農業全般を見ていなかったという反省から、自ら農業経営を行う中で新たなビジネスモデルを農家に提案し、農業という自社市場を維持拡大するという戦略を持っている。

JR九州の目的は地域活性化であり、企業としては鉄道事業への波及効果を期待している。

商社は投資進めビジネス創出

商社の参入も目立つ。多くは自社で主体的に農業経営を行うのではなく、資本参加としている。商社は川上から川下まで、さまざまな事業投資先を持つ。その一環としてこれまで投資対象となっていたいなかった農業にも投資をすすめている。その狙いは自社のネットワークを駆使したビジネス創出である。

三井物産が農業ビジネスの位置づけを「国内の農業が産業化を実現していく上で、商社として複合的な機能を発揮していく」とする未来への挑戦（注3）としていることに象徴される。

農業の生産額は水産と合わせても年間九兆円程度（二〇〇五年）であるが、最終的な食料消費

表2 概ね2009年以降に農業に参入した主な大手企業と参入概要

親会社	参入会社名	参入地	連携先	設立年等	作物	面積等
サッポロビール	サッポロ安曇野池田ヴィンヤード(株)	長野県池田町	池田町	2010年4月	ワイン用ぶどう	12ha
わらべや日洋	(株)フレポファーム	福島県石川町	御光福園芸、栗原商店	2011年3月	ほうれん草(施設)	
たらみ	(農)(株)たらみファーム	長崎県諫早市	地元農家	2009年3月	みかん	3.5ha
吉野家	(株)吉野家ファーム神奈川	神奈川県横浜市		2009年9月	たまねぎ、米他	2.2ha
イトーヨーカ堂	(農)(株)セブンファーム富里	千葉県富里市	JA富里市、地元農家	2008年8月	トウモロコシ、大根等	2ha
	(株)セブンファームつくば	茨城県筑西市	アグリクリエイト、つくば農業生産農事	2010年9月	レタス、小松菜、水菜等	1.5ha
	(株)セブンファーム三浦	神奈川県横須賀市	横浜市場センター、長井有機農法研究会	2010年10月	大根、キャベツ等	5ha
	(農)(株)セブンファーム深谷	埼玉県深谷市	JAふかや、地元農家	2010年10月	キャベツ、ブロッコリー等	1.5ha
イオン	イオンアグリ創造(株)	茨城県牛久市		2009年7月	キャベツ、白菜、小松菜等	10.7ha
	同上	栃木県宇都宮市		2010年10月	キャベツ、青ねぎ等	4.3ha
	同上	千葉県柏市		2010年10月	小かぶ、小松菜等	2.5ha
	同上	埼玉県羽生市		2010年11月	キャベツ、白菜、小松菜等	6.4ha
	同上	埼玉県松伏町		2010年11月	小かぶ、小松菜等	4.2ha
	同上	埼玉県日高町		2011年9月	白菜、キャベツ等	7.0ha
	同上	大分県九重町		2011年9月	キャベツ、レタス、白菜等	10.5ha
	同上	島根県安来市		2012年4月(予定)	ブロッコリー、キャベツ等	10.7ha
ローソン	(株)ローソンファーム千葉	千葉県香取市	地元農家、東京シティ青果、RAG	2010年6月	小松菜、大根、人参等	3.0ha
	(株)ローソンファーム鹿児島	鹿児島県東串良町	地元農家、新宮青果、RAG	2011年4月	大根、きゃべつ、馬鈴薯等	10ha
	(株)ローソンファーム十勝	北海道幕別町	地元農家、札幌フルーツ、RAG	2011年6月	馬鈴薯、大根、ごぼう等	10ha
	(株)ローソンファーム大分	大分県宇佐市	地元生産者、RAG	2011年11月	トマト	0.65ha
三井物産	(株)アグリコンパス	-	JFEエンジニアリング	2009年5月	農業情報支援	
三菱商事	(農)(株)まいすたあ	山形県三川町	いずみ農産	2009年7月	米	
住友商事	(農)(株)さかうえ	鹿児島県	さかうえ	2010年10月	ケール、馬鈴薯、人参等	150ha
住友化学	(株)住化ファーム長野	長野県中野市	日本エコアグリ(住化100%)	2009年5月	イチゴ(施設)	1ha
	(株)住化ファームおおいた	大分県豊後大野市	日本エコアグリ、大分ゼネラルサービス	2009年12月	トマト(施設)	1.76ha
	(株)サンライズファーム西条	愛媛県西条市	西条産業情報支援センター、JA西条市	2011年8月	レタス、キャベツ、ネギ等	4.8ha
	(株)住化ファーム山形	山形県中山町	山形日紅、丸勘山形青果市場	2011年9月	トマト、イチゴ(施設)	2.5ha
	(株)住化ファーム三重	三重県志摩市	三重リーフ、日本エコアグリ	2011年11月	みつば(施設)	0.9ha
JR東日本	農事組合法人みどりの線路	茨城県笠間市	JAやさと、地元農家	2009年4月	長ネギ、人参	3ha
JR東海	ジェイアール東海商事(株)	愛知県常滑市		2009年4月	トマト(施設)	0.47ha
	飛騨森林都市企画(株)	岐阜県高山市		2009年5月	トウモロコシ	0.53ha
JR九州	(農)(株)JR九州ファーム大分	大分県大分市		2010年4月	ニラ(施設)	3ha
	(株)九州交通企画	熊本県玉名市	JA大浜	2011年8月	ミニトマト(施設)	2ha

出所: プレスリリース、新聞報道等より筆者作成

注1) 農地を利用する形態の農業を中心に掲載している。 注2) 既存の法人への出資などを含めた広義の農業参入としている。 注3) 略記の(農)は農業生産法人の略

段階では七四兆円(同)に膨らむ。さらに農業には資材・機械・施設などが必要となる。農業の持つ機能を考えると食育などの教育分野や、レジャー分野、介護や機能回復などの医療福祉分野など

関連産業の幅が広く、大手企業はさまざまな相乗効果を期待できる。企業によっては海外市場をも展望している。企業からみると自社の機能と農業とを組み合わせることによって新たなビジネス創出の

可能性があると映るのである。受け入れる地域側は農業の衰退とそれに伴う耕作放棄地の増加や地域経済の低迷という事情を抱えているため、企業参入は今後も拡大していくだろう。

特性生かした企業モデルも

高齢化した担い手の大量引退、財政再建と消費税問題、資源や穀物価格の急激な変化、TPP問題、などが国の農業を取り巻く課題は多くかつ日々変化している。

変化に対応するのは企業の得意とするところである。参入した企業は、まだまだ農業を学んでいる段階だが、早晚それぞれの企業の特性を生かしたビジネスモデルを確立し、経営環境の変化に合わせて機敏に修正しながら、定着・発展させていくだろう。

こうした取り組みは、従来型の農業も学ぶべき点が大いにある。企業が参入すれば全てうまくいくというような楽観視はできないものの、課題が山積するわが国の農業において、企業の経営力への期待は大きい。



(注1) フェーズ区分は便宜的に改正農地法施行の二ヶ月としているが、法律の公布は同年六月であり社会的な認識の変化は徐々に進んだため、概略的なものと捉えていただきたい。

(注2) 表1の各県の企業数には大手企業の参入数も含めていた点に留意する必要があるが、その多くは中小企業である。

(注3) 『日本貿易会月報』二〇一〇年二月号一八頁。

参入企業と農村社会との融和が共存のカギ

企業の農業参入に際しての最大課題は、農村社会との融和を図りながら、いかに相互利益を確保するかどうかだろう。企業がみずから利益を農村社会に再分配しつつ、六次産業化に貢献することで共存を目指すことがポイントだ。

地域との競合や摩擦不安も

企業の農業参入が多様化を伴い増勢が続く中で、全国いたるところで農村社会が企業と「遭遇」する機会が増加している。従来から企業の農業参入においては、「地域との融和」の重要性が認識されていたが、今後このテーマが一層大きくなると予想される。

地域差はあるものの、企業参入を受け入れる農村社会の側では、今日でも漠然とした不安心理が存在する。一般的に言って、農村社会には、企業は農業をビジネスという視点でのみ捉え、採算が難しいとなるとすぐ撤退し地域への配慮が乏しいのではないかと懸念がある。また資本力の強い企業の存在が過度に大きくなる場合は、地域の担い手との競合や摩擦が生ずるのではとの不安を

持っている。

このような農村社会が自然に抱く反応は、長い歴史の中で形成された特質を強く反映したものである。千年を優に超える灌漑^{かんがい}稲作の歴史を持つ日本社会では、比較的小規模の集団が強い同調性を持って農業を行う仕組みが深く根付いている。地縁をベースとする強い関係性の下で、灌漑・農道などの農業インフラの維持管理だけでなく、生活、文化を含むさまざまな面で地域における「互助・共存」システムが形成されてきた。

他方で「ウチとソトを明確に区別する」意識や「集団が内側に向かって閉じる」行動パターンが、長い時間をかけ農村社会に定着・浸透した（「広井（二〇一一）」）。こうした特質は、農村に限らず日本人全体の国民性に今なお大きな影響を残している。

農村社会と営農形態の関連について、整理してみたのが図1である。

農村社会の変質と企業参入

日本ではおよそ一九八〇年代頃までは、均質性の高い農村社会を前提に家族経営による営農形態がほとんどを占めるとともに、農村社会と営農の場は基本的に重なり合っていた。

また農協は同質的な農村社会のニーズに応える形で戦後急速に組織を拡大し、農業政策も農村社会の持つ性質を政策展開に活用するという関係があった。

しかし、戦後の経済成長は同時に農村社会の変容過程でもあった。非農業雇用機会の拡大により兼業農家が著しく増加、また中山間地などでは過疎・人口減少が進行した。



株式会社農林中金総合研究所
基礎研究部 主任研究員

室屋 有宏 *Aribiro Muroya*

むろや ありひろ
1960年富山県生まれ。89年東北大学大学院経済学研究科博士課程単位取得退学。89年農林中央金庫入庫。99年から現職。主な著書に『農業の未来のために 6次産業化とJAの新たな役割』『変貌する世界の穀物市場』（以上共著）など。

についてみてきた。しかし、現実には農村社会、農協と参入企業の関係は、地域や企業ごとに多様かつ複雑な面がみられる。

たとえば、参入企業が同一集落内にある評価の高い地場企業の場合、両者間で農業参入についてコンセンサスを得ることは比較的容易であろう。

現実には農村では企業経営者が農家であり農協組合員であるケースも多く、また農村社会の側が実態的に地場企業に担い手となることを要請するという点も珍しくはない。

これに対して、参入企業が域外企業、特に大企業のケースなどでは、農村社会との融和という点でハードルは高くなる。しかしこの場合でも、企業が農村社会の実情や懸念を理解し、長期的な視点で地域に根ざした法人となる姿勢を取るならば、地域の反応は大きく違ってくるといえる。

そのためには企業と地域が継続的に対話を重ねつつかりとした信頼関係をつくるのが何よりも重要であるが、そのカギを握るのは農協の対応ではないかと筆者は考える。

農協が企業と農村社会の間に入ることで、相互にウイン・ウインの連携関係が生まれた事例として、二〇〇八年にJA富里市、イトーヨーカ堂（以下、ヨーカ堂）、組合員農家が生産法人を設立した事例について、以下でみてみたい。

JA富里市とヨーカ堂が連携

ヨーカ堂の農業参入の目的は、自社から出る食品残さを堆肥化し、これを利用した自社農園での野菜栽培を行うことで、環境に配慮した農業と食

品リサイクル法への対応を実現しCSR（企業の社会的責任）を果たそうというものだった。

ヨーカ堂の農業参入の意向に対して、JA富里市は「農業の現状や再生産価格を理解してもらうためには実需者との連携に意味がある」と考え、また参加する組合員農家を支援する点からも生産法人に出資することにした。

設立された生産法人では、農地および機械類は農家組合員のものを使用し、農業生産も農家が大部分を行い生産法人から役員報酬・労賃を受け取る。ヨーカ堂は店舗への供給管理・販売、消費者との交流事業を担当し、JA富里市は代金決済などの事務受託、ヨーカ堂へのデリバリー管理、需給・物流調整を担当する。

企業の農業参入では、販路とともに優良でまとまった農地の確保が一番大きな課題であるが、このケースでは農家、農協と組むことで実質的な営農は地域に委託し、企業の初期コストは大幅に抑えることが可能となった。企業の農業参入は収支的に厳しいことがよく指摘されているが、本事例では設立後の翌（〇九年度（一〜二月））に早くも事業の黒字化を達成しているという。

対話チャネル確保が課題

この生産法人では、三者の間で互いの強みと意向を相互に尊重することで、結果的にメリットを享受し合う関係が生まれている。こうした関係構築の前提には、ヨーカ堂とJA富里市との間で長い取引実績を通じた信頼関係ができていたこと、また組合員農家も実需者との取引経験がありヨーカ堂との法人設立の意思を持っていたという

事情がある。

農村社会それぞれの実情を反映して農協や農協組合員の意識も現実には多様化しており、そうした実態を踏まえつつ地域や農協が主体的に企業参入に関与していくことで、みずからのメリット確保と地域農業の活性化を図り、同時に企業参入に伴う地域の懸念を最小化していくという選択肢がありえることをこの事例は示唆している。

一般に農村社会、農協と参入企業との間では接点が少ない、互いにどのような意向を持っているのかについて対話が乏しい。特に域外企業の参入では、この問題がより深刻である。

企業との接点に関しては、近年は自治体が企業参入に積極的であり、農地斡旋を含むワンストップ・サービスを提供する取り組みもみられるが、企業の参入後、長期的に直接的な利害関係を持つのは農村社会や農協である。

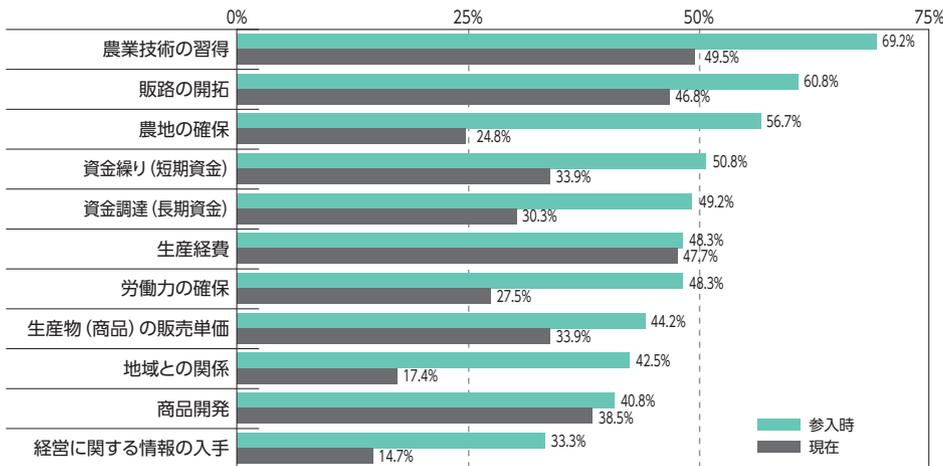
参入企業と地域が相互に交流、対話する機会がない中で、企業が地域で孤立する、また地域に迷惑を及ぼすような事態が起きることが一番悪いシナリオである。

今後、企業参入の増加とともに撤退する企業も増えてくることは避けられないと予想されるだけに、参入に伴い農村社会が持つ懸念を最小化する仕組みづくりが必要だろう。

地域資源掘り起こしが課題

今年一月に日本政策金融公庫が公表した『企業の農業参入調査』は興味深い結果を示している。この調査は全国の農業参入企業四二二社に対し

図2 参入時と現在における農業部門の課題(全体集計/複数回答)



現在:参入からの平均経過年数7年5カ月(「現在、課題がある」と回答した先の参入後平均経過年数)

て郵送アンケート・面談により一三八社から回答を得たものである。

この中で「参入時と現在における農業部門の課題」についての認識変化をみたのが図2である。「現在も何らかの課題がある」と答えた企業は、参入から平均七年五カ月とかなり長い時間が経過している。

こうした企業が参入時と現在を比べて、「課題ではなくなった」項目の減少率をみると、「農地の

確保」三一・九%が最大で、次いで「地域の関係」の二五・一%、「労働力の確保」が二〇・八%と続く。反対に減少幅が小さいもの、すなわち現在も課題として残っている項目としては「農業技術の習得」「生産経費」「販路の開拓」が高い割合を占めている。

ここからは参入から相当年数が経った企業は、農地、労働力、地域との関係、は大きな問題ではなくなったが、安定的生産、コスト、販路など、ビジネスとしての成果を出すことに苦勞している姿であろう。

しかし、ここで疑問として浮かぶのは、深いレベルで「企業と農村社会との融和」が進んでいるのかという点である。参入企業が自社の経営だけでなく、地域の人々の参加や地域資源の掘り起こしなどを通じて、農業ビジネスとしても成立するような取り組みを検討すべきであろう。

企業が六次産業化で貢献も

農業参入する企業の中には、地域貢献や公益的観点を重視する事例が多く存在することも事実である。また、地域としては、いったん企業が農業参入したからには、長期に営農を続けてもらい地域に根ざした担い手になって欲しいという意向が強い。

こうした中で、参入企業と農村社会との間に相互補完性を持たせ、地域の面的な発展につなげていく最も戦略的ポジションにあるのが農協だといえる。農協が企業の声を地域へ、またその反対に地域の声を企業・ビジネスの言葉に「翻訳」していくことで、両者の間に有効な連携関係を構築

していくコーディネーターの役割を果たしていくことが期待される。

実際、参入した企業が農村社会に貢献できる領域は意外に広いのではないかと考えられる。

たとえば、企業が農業の研修施設をつくり、新規就農者の受け入れを行う、地域に伝承されてきた農業技術の集積拠点をつくる、食育・農業体験の場を提供するなどの事例がある。また六次産業化といった地域を挙げた農業経営力の展開において、参入企業が貢献できる潜在余地は大きいだろう。

企業の農業参入では、企業が農業そのものから利益を得るよりは、本業の利益を農村社会に再分配しつつ、企業みずからもバリュー・チェーンを強化していくことで利益を得るとというのが大きな方向性だと考えられる。

農村社会の方でも、企業という「異質性」をみずからの地域振興に主体的に活用していくことで、個性的にしたたかに生き延びていくことを考える時代になってきているのではないだろうか。

【参考文献】

- 生源寺真一(二〇二二)『日本農業の真実』ちくま新書
- 仲野隆三(二〇二二)『小売企業と組合員・農協出資による農業法人の取り組み』次世代土地利用型農業と企業経営―家族経営の発展と企業参入―養賢堂
- 広井良典(二〇二二)『創造的福祉社会』ちくま新書
- 室屋有宏(二〇二〇)『農地制度改正後の「企業の農業参入」を考える―重要性が一層高まる地域と企業との関係―』「農林金融」六月号、(二〇二〇七)企業の農業参入の現状と課題―地域との連携を軸とする参入企業の実像―「農林金融」七月号

農業参入企業に経営ノウハウを伝授

農業機械メーカーのヤンマーが子会社を通じて農業分野への企業参入を支援し話題になっている。もうかる農業のビジネスモデル構築や観光産業との連携、六次産業化への展開のノウハウなどを習得させ、次世代の農業リーダー育成が経営の柱だ。その企業トップに参入の要諦を語ってもらおう。

農業機械メーカーの覚悟

ヤンマー株式会社は、ご存じの方もおられるでしょうが、今年で創業一〇〇周年となる機械メーカーです。建設機械や船舶なども手掛けていますが、売上高の半分を占める重要な事業が農業機械分野です。

農業機械によるイノベーションは、手作業や家畜による農作業を機械によって省力・省人化をもたらし、農家を重労働から解放することに貢献してきました。

しかし、その半面、兼業農家が増加する結果となり、農業外収益の方が多くなって後継ぎも都会で就職してしまうなど、農家人口の減少に大きな影響を与えたことも事実です。

そして今、その農業市場は、さまざまな問題に

直面しており、負のスパイラルに陥っています。

それは「農業はもうからないから後継ぎがいない。後継ぎがいないから高齢化し、農業を辞めざるを得なくなる。農業者が減ると耕作放棄地が増え、やがて農村は荒れ果て、魅力がなくなり、さらに人が来なくなる」という悪循環です。

農水省によると、わが国の農業は、基幹的農業従事者の平均年齢が六六・一歳（二〇一〇年）と高齢化が進展しています。持続的な力強い農業を実現するためには、二万人／年の青年新規就農者が定着することが必要ですが、四〇歳未満の若い就農者は一万三〇〇〇人（二〇一〇年）にとどまり、そのうち定着するのは一万人程度です。

このような現状を踏まえ、私たちは国内の食文化や農業、そして農村を支えるためにも、農業機械の提供だけでなく、将来の農業を支える次世代



ヤンマーアグリイノベーション株式会社
代表取締役社長

橋本 康治 *Koji Hashimoto*

はしもと こうじ
1966年大分県杵築市の水稻・ミカンの兼業農家に生まれる。
89年ヤンマーディーゼル(株)入社。92年ヤンマー(株)流通機器部、2007年経営企画部課長、08年役員室秘書役、09年社長室ソリューションアライニンググループ部長を経て、10年に現職。

の農業リーダーを育成する必要を強く感じ、その一翼を担う覚悟を決めました。

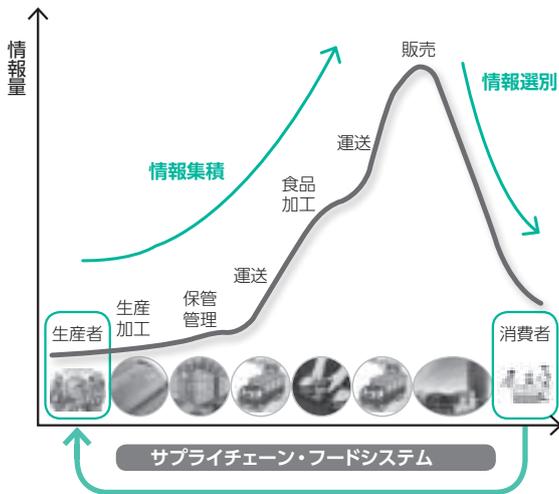
生産者の人たちへの恩返し

そして、この一〇〇年間、ヤンマーを支えていただいた第一次産業の生産者の人たちに対し、恩返しをしたいという思いもあり、二〇一〇年九月にヤンマーアグリイノベーション株式会社を設立し農業分野に足を踏み入れたのです。

異色といえば異色ですが、私たちの狙いは、日本農業をけん引するリーダーづくりで、地域と経営のバランスがとれ、しかも卓越したリーダーとなる農業マネジャーを育てることを目的としています。

主な事業内容として、次世代の農業リーダー育成と他産業からの新規参入の促進、もうかる農業

図1 食のサプライチェーンからみた課題



のビジネスモデルの構築をはじめ、観光産業との連携による地域全体の活性化、六次産業化・加工・販売への展開、農業生産の徹底的な効率化と栽培技術のイノベーションといった五つを展開しています。

担い手づくりで農場を開設

第一次産業に従事しているお客さまにソリューションを提供するためには「お客さま以上にお客さまのことがわかる」ことが重要です。

まず、私たちみずからが農業経営を実践することにより、お客さまの立場で農業経営を考え、そして農場で新規参入を希望する者を研修生と位置づけ、世に担い手を送り出そうという目的から農場の開設に踏み切りました。

全国で農場開設の候補地を選定した結果、ヤママーファーム第一農場を広島県世羅町に設立し、

二〇一〇年一月より広島県大規模野菜経営実証事業協議会を立ち上げて、研修事業に取り組んでいます。

実証協議会とはヤママーアグリイノベーションを代表団体として、農業用資材メーカー、種苗メーカー、情報システム開発企業、金融機関、農業参入企業により構成されており、大規模営農の実施、検証を行っております。

この実証事業の経営目標は、経営面積一〇〇畝、売上一億円を運営人員一〇人で実現することです。

研修生は広島県庁農林水産局農業担い手支援課に応募のあった農業の新規担い手となる企業、農業生産法人、集落営農の新規採用人材をヤママーファームに送り込んでいただいています。

今まで受け入れた研修生は二〇一〇年一〇月入学の八人、一二年四月入学の七人、そして同年一〇月入学の七人の合計三二人です。

研修は、養成コース(研修開始〜六カ月)、実践コース(六カ月経過後)の二コース制で、実施に当たっては各研修生が技術的な研究課題を設定し、課題解決の手法も習得させます。

養成コースは座学で基礎的な農業知識や農業経営者としての心構えを習得し、管理者からの指示に基づく農作業により農場マネージャーとしての基礎を学びます。

また、実践コースは管理者の指示のもと、研修生が主体的に作業、経営管理を行い、資材や作業者なども手配します。

研修生が農業参入するまでに検討しなければいけないステップが六つあります。

それは構想整理、計画作成、優良な農地の確保、

技術修得、施設整備、経営開始という流れに整理できます。

これらのステップを順に踏んでいくには、県・市町村など行政の協力は不可欠です。行政機関と連携し、効率的な情報収集による計画作成を行うことが重要です。

そして、参入時における最大の課題は優良な農地の確保です。個人や企業努力だけでは、どうにもできない現状があります。この課題を解決するためにも、行政への支援要請とそれに基づく、行政と一体的な地域への働きかけが必要となります。

借りた農地の土壌改良で苦労

実は、ヤママーファームでお借りしている農地は数年から十数年ほど耕作放棄地となっている国の開発団地でした。赤土の粘土質の土壌で地下浸透性が悪く、野菜栽培には適さないため、物理的な土壌改良が必要でした。

そこで、まず実行したことが農業土木作業でした。森林伐採、草刈、ほ場への暗きよ・明きよの設置、バーク堆肥や籾殻の投入など、ありとあらゆる方法で土壌改良を行いました。

しかし、そう簡単に結果は出ず、一年目のキャベツの生産は一ト／一〇アと散々な成績でした。さらに改良を重ね、二年目は春キャベツが二ト／一〇ア、秋キャベツが五ト／一〇アまで改善することができました。

土壌改良に見込んでいなかった時間と費用を要し、その難しさをみずから痛感したこの経験から、優良な農地の確保には、行政や地域の支援の

重要性を強く感じています。

次に、経営を始める上で当たり前のことですが、どのように単価を上げて、さらに収量を上げていくか。同時に、いかにコスト削減を図るかを常に考えて実行していくことが重要です。もうかる農業は(単価×収量)ーコスト＝利益の最大化とシンプルに考えています。

まず、サプライチェーンからみた課題は、生産者の情報量の少なさにあります。川上(生産者)から川下(消費者)に近づけば近づくほど、情報が蓄積されて販売者が最も多くの情報を持っています(図1参照)。

この情報が利益に直結すると考えています。生産者がもうからないのは、情報が少ないからです。消費者が求めているものは何なのか。販売する企業が求めているものは何なのか。生産者がもっと販売側の情報を手に入れていくことが課題です。食のバリューチェーンを分析すると、加工・外食向けの付加価値は生鮮品よりも当然に高く、川中・川下の付加価値をいかに川上の生産地側に取り込むかが単価アップの課題ですし、今後、注目されるターゲットとなりましょう。

これまでの農業は市場出荷に頼り、みずから販路を開拓する発想が乏しいという現実がありました。このため、価格交渉力のある商品をつくり、特に投資前に販売のチャネルを確保することが重要です(図2参照)。

そして、食料消費の用途別支出割合を見ても、生鮮品の割合は年々低下し、加工用の割合が増加している傾向にあります(図3参照)。

一方、農業生産面の作業効率からみた課題を見

てみますと、稲作では管理(除草作業)、育苗、田植で五〇%の労働時間がかかっており、畑作のハウレンソウでは調整、収穫、出荷で八〇%の労働時間がかかっています(図4参照)。

この作業を業務加工用の商品化や機械化、シェアリング、作業受託などの仕組みによって改善することでコストダウンを図ることができます。

グローバル時代の農業、農村は国際市場の開放による激しい競争に突入することが予測されますが、農村、漁村の価値が今以上に見直され消費者の要求が増大してくることがチャンスとしてあらわれてくることが予測されます。

そして食に対しても消費者の「信頼できる生産者がつくった、おいしくて安全安心なものを食べたい」という新たな要求が世界で生まれてきています。

新興国の食は徐々に先進国型に変遷していくことが予測されます。まさに海外マーケットへの販路拡大のチャンスが広がってきます。

競争に勝つ四つのキーワード

私はグローバル時代に小さくて弱い国が、競争に勝ち抜いていくための四つのキーワードが重要であると考えています。

一つ目はNetwork。ネットワークづくりとは連携です。六次産業化への取り組みを国としては推進していますが、一生産者のレベルでは、なかなか成功させるのは難しいと思います。

自分たちの農業に何をプラスアルファにしているのか。一次産業にITや新しいビジネスモデルや文化、芸術をどうやってプラスしていくのか。

この〇・五次産業をプラスする発想で農業を考えていくことが重要であると思います。

また、小さい農家でも連携して規模を拡大するということが重要です。

二つ目はOpen。これは考え方と心を開くことを意味します。知識を得れば得るほど知識欲が高まります。その知らないことを知りたいと思うのが好奇心です。その好奇心がクリエイティブな発想、まさに創造性に繋がります。その創造性がイノベーションに繋がります。

三つ目はGrit。最初から大きな成功は狙わず、小さな成功事例を重ねて勝ち味を覚えること。そして自分自身に自信をつけることです。

たとえば、弱いものが強いものに勝つためには、強いものと同じ戦い方をしてはいけません。日本は小さい国だからこそ勝つための戦略が必要で

す。四つ目はCore。自分だけの色を持ち、ほかの真似をしないことです。先ほども説明しましたが、消費者は安全で安心な農業を求めています。そして、信頼できる農家がつくったおいしい農産物を求めていると言われています。

まさにこれからは、小さい農家にビジネスチャンスがあるのです。

今後はファームを全国展開

今後は、ヤンマーファームを全国に展開していく計画です。そして、一人でも多くの次世代の農業リーダーを輩出していきたいと考えています。

また、ヤンマーファームは地域に入り込み、地域全体の活性化に挑戦して参ります。地域それぞ

図2 食のバリューチェーンの分析と加工・外食向けの付加価値

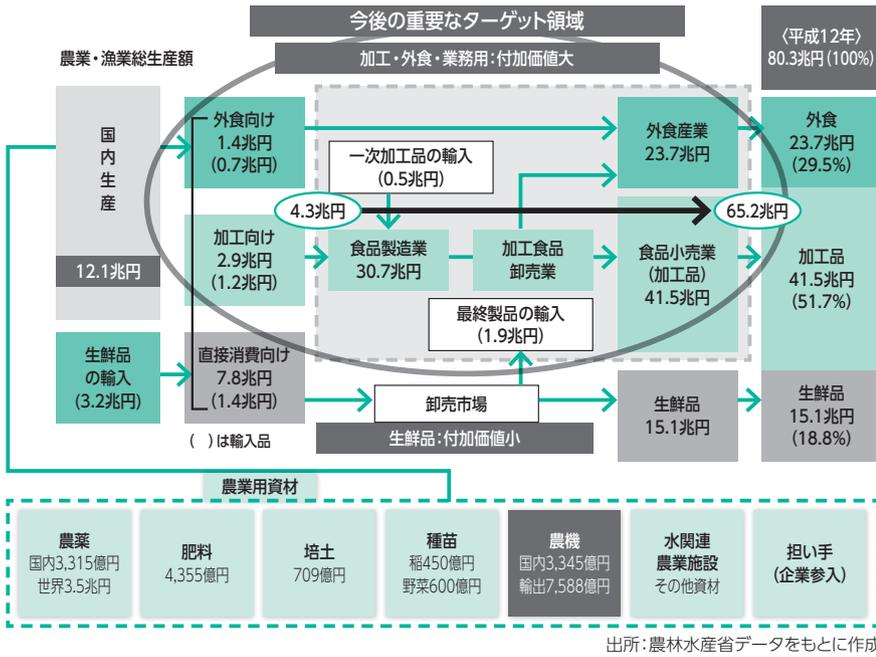


図3 食料消費の用途別支出割合

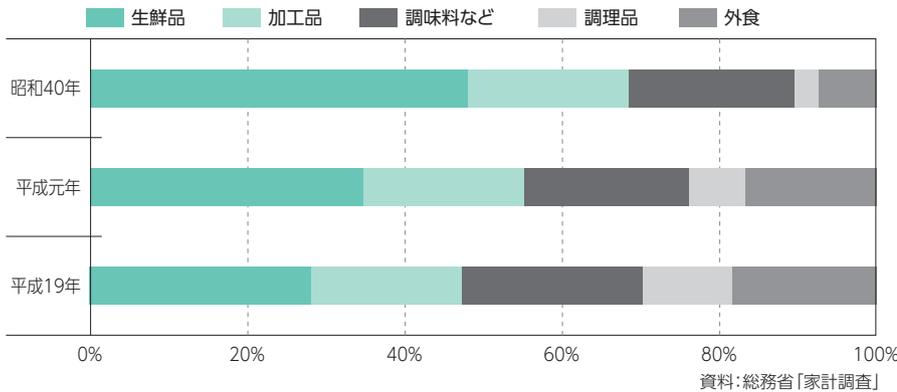
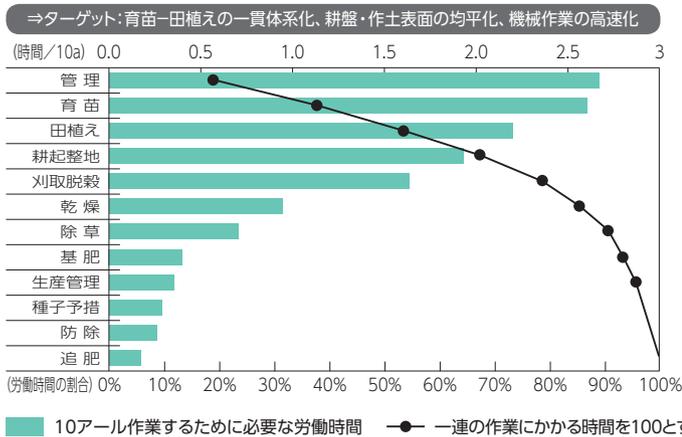


図4 農業生産面の作業効率からみた課題

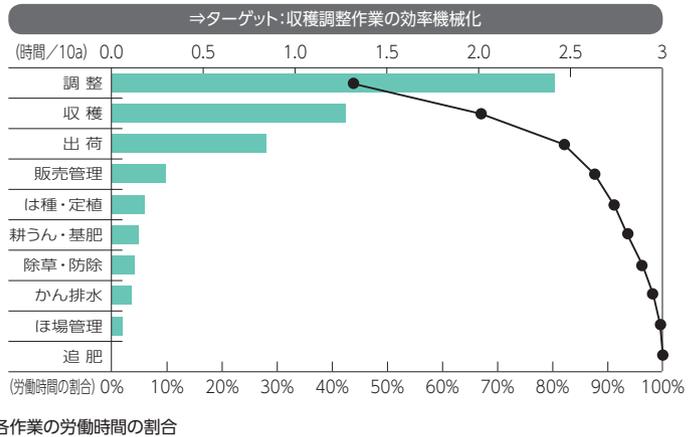
(1) 稲作

- ①管理の内訳は、畦畔除草が大部分 (非生産作業)
- ②育苗+田植えで約35%
- ③管理、育苗+田植え、耕起整地、刈取で約80%を占める
- ④耕盤の不陸が作業速度のボトルネック



(2) 畑作 (例:葉物 ホウレンソウ)

- ①調整、収穫、出荷で80%を占める
- ②調整の内訳は、出荷前の洗浄、選定など
- ③生鮮出荷の場合、特に調整収穫工数が多い



この課題をその地域の方と共に汗を流して解決して参ります。

農業は人間のエネルギーを唯一主体的につくっている産業であり、私たちはその農業に従事していることに誇りと自信を持っています。農業を行うことは植物に対する観察力を研ぎ澄ますことです。葉や花、茎そして土を見て植物の発する言葉を感じとらなないと、すぐに病気になったり、成長しなくなったりします。

そういったことを学んでいくと人間関係のコ

ミユニケーションのとり方も変わっていくような気がします。相手のことをまず考えること、周りに支えられながら、人は生きているということなどを教えてくれます。研修生と共に私たちスタッフも植物に学ぶことがとても多いのです。

最後にもう一つ。ヤンマーファームは、研修生と地域の農家に夢を与える事業を展開して参ります。そして、研修生と地域の農家と共に「豊かさが持続する農業」と「地域活性化」を必ず実現させていきたいと思えます。



Report on research

参入時の 土壌改良で苦労 食の「安全・安心」 確保に奏功

—企業の農業参入調査—

企業の農業参入が活発化する現状に着目し、参入前後における経営上の課題について日本公庫農林水産事業が調査しました。その結果、農地の土壌改良で予想外に苦労した声が多かったことや食品製造業からの参入先の9割が「トレーサビリティ」の目標を達成できたことが明らかになりました。

できず、生産が非効率である」という声もあり、農地の問題は根が深いことが明らかとなりました。

「トレーサビリティ」9割が達成

次に、企業の参入目的については、近年の建設業界の厳しい経営環境を反映し、建設業から参入した調査先の八〇%が「経営の多角化」を、七二%が「雇用対策」を挙げています(図2参照)。

一方、「食品製造業」や「食品卸売業」は原材料生産・調達との関連が強く、五〇%以上の先が「原料の安定的な確保」「本業商品の付加価値化・差別化」を目的に挙げています。参入目的の達成については、食品製造業では「トレーサビリティ」を目的とした先の約九〇%が達成したと回答しており、消費者の「安全・安心」のニーズの高まりに応えられる体制を構築できた、という判断と見受けられます。

また、「本業商品の付加価値化・差別化」については、食品製造業で七三・三%が達成しており、企業全体として、農業参入の成果が現れてきていると考えられます。

他方、建設業の目的で最も多かった「経営の多角化」の達成は五五%にとどまり、また、これに関連の強い「利益の確保」については達成

先は皆無という厳しい結果であり、農業で利益を確保することの難しさが端的に表われました。

「生産経費」「商品開発」が課題

さらに、企業が農業経営を進めていく上での課題を参入時と参入後の現在(平均参入後期間約七年五カ月)に分けて質問したところ、「農地の確保」「地域との関係」「労働力の確保」については、参入時から二〇ポイント以上も減少しています(図3参照)。

特に「農地の確保」については五六・七%から二四・八%と約三〇ポイントも減少しており、先述のとおり参入時に「土壌改良」などの問題が一时的には生じるものの、その後は多くの先で課題が解決されていることが分かりました。

また、「販路の開拓」「農業技術の習得」も参入時と比べ、現時点では減少しています。ただし、各課題とも現時点においても約五〇%と高止まりしており、解決が容易ではないことが分かります。

一方、「生産経費」「商品開発」については、参入時と現時点において、課題として挙げる先の割合はそれぞれ約四八%、約四〇%とほとんど変化がなく、コスト削減や売上伸長のために、常に解決策を見出さ

調査自体は二〇二一年七月から二月にかけてアンケート、面談により調査を行いました。ポイント部分をいくつかご紹介しましょう。

土壌改良で行政支援求める

まず、企業が農業に参入するにあたり、どの程度の準備期間を要し、また、その期間の取り組み内容について質問をしました。

準備期間については平均約一年八カ月を要していたことがわかりました(図1参照)。

その期間中の取り組み内容は、四四・二%の企業が「農地確保・土壌改良」を挙げ、二二・一%の「生産技術の習得」、一〇・五%の「販路の

調査・開拓」を大きく上回りました。

面談調査では、農地法の改正によって、農業に企業参入しやすくなったという声がありましたが、「農地の確保に予想以上に時間を要した」「農地が確保できても土壌改良の必要があり、作付けまでに想定外の時間と費用を要した」という声が多くありました。この農地の「土壌改良」については行政からの積極的な支援を求める声も数多くあり、参入時における課題の盲点であることが浮き彫りになりました。

さらに、農地を賃借しているケースでは、「現状に復帰して返す必要があるため、大きな農地整備は

図1 参入までの準備期間とその取り組み内容(全体集計/複数回答)

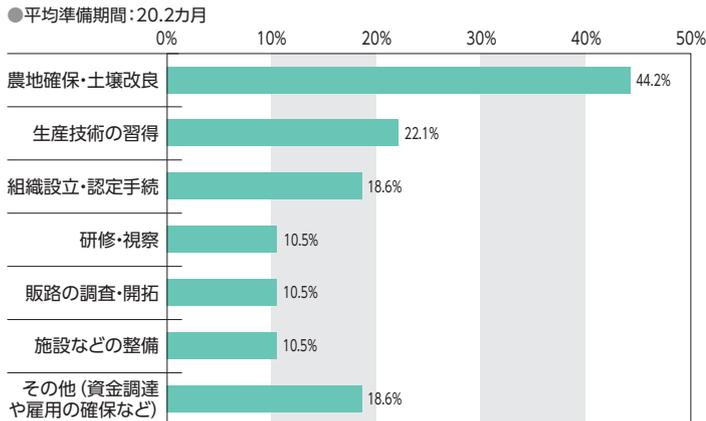
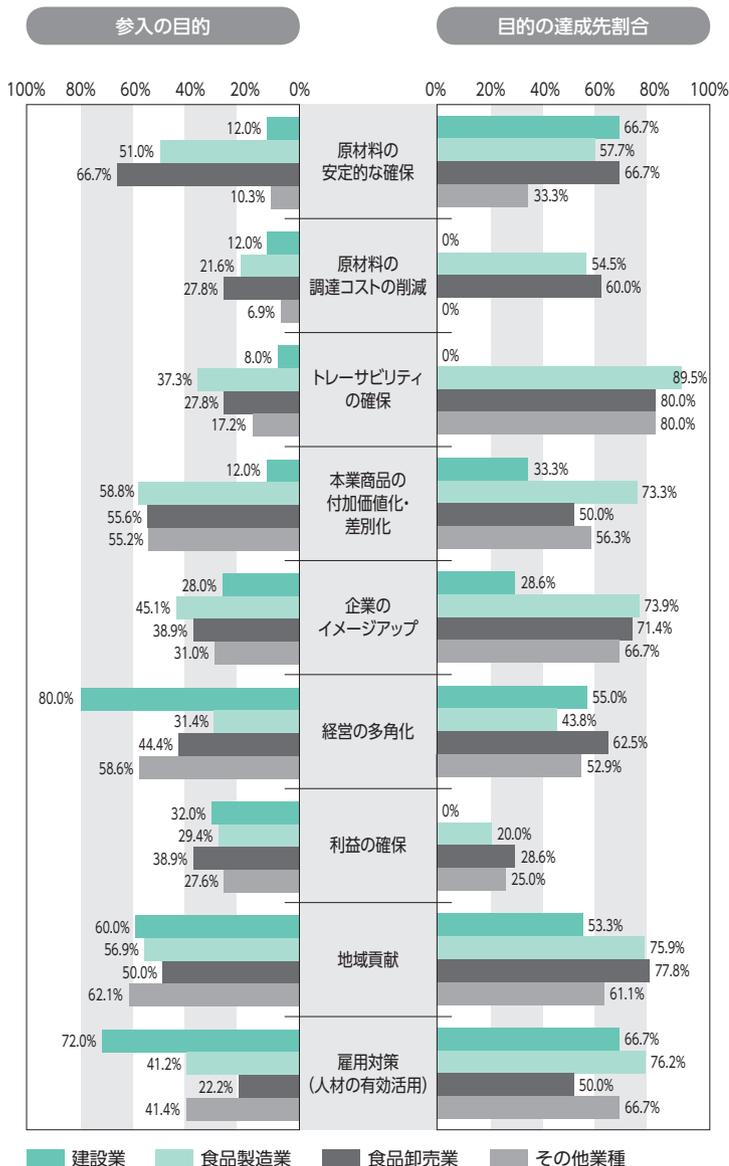


図2 参入の目的と目的の達成先割合(業種別集計/複数回答)



「農地の確保」「労働力の確保」などは、いずれの業種においても、ほ

農業経営上の課題は、参入した業種によって異なるのでしょうか。

建設業「販路開拓」がポイント

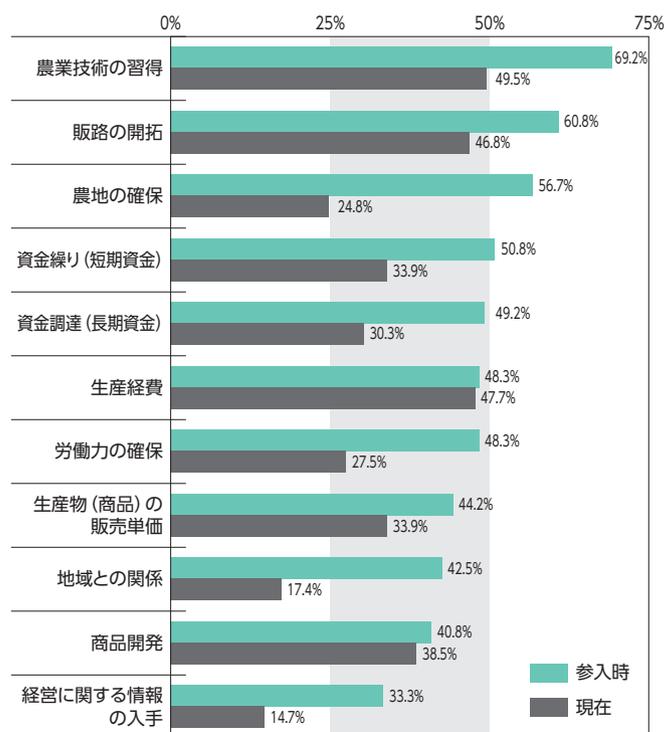
特に「生産経費」については、本業の従業員を農業部門に配置しているケースがあり、この人件費を賄うだけの安定した売上を確保するのは難しいという声が多く聞かれました。

同じ結果となっており、業種間における大きな違いはありません(図4参照)。同様に、「生産経費」についても業種を問わず、およそ五〇%の先が時期に関係なく課題として挙げており、業種間による違いはみられません。

ところが、「販路の開拓」の課題をみると、食品製造業などでは、参入後、この課題を挙げる先は減少し五〇%以下になっていますが、建設業だけは、参入後でも七・一・四とほかの業種と比べて高止まりしています。

また、「資金繰り」についても建設

図3 参入時と現在における農業部門の課題(全体集計/複数回答)



現在:参入からの平均経過年数7年5カ月(「現在、課題がある」と回答した先の参入後平均経過年数)

業は、参入時に七九・二%、参入後でも五七・一%と二ポイント減少しているものの、ほかの業種と比べて非常に高い結果となっています。「販路の開拓」は農業経営上、重要な事項ですが、今回の調査では、先述の準備期間における取り組み内容で、建設業は食品の販路を持っていないにもかかわらず、「販路の開拓」を挙げた先は皆無であったことから、その影響が出ていることが考えられます。

黒字化想定が一年オーバー

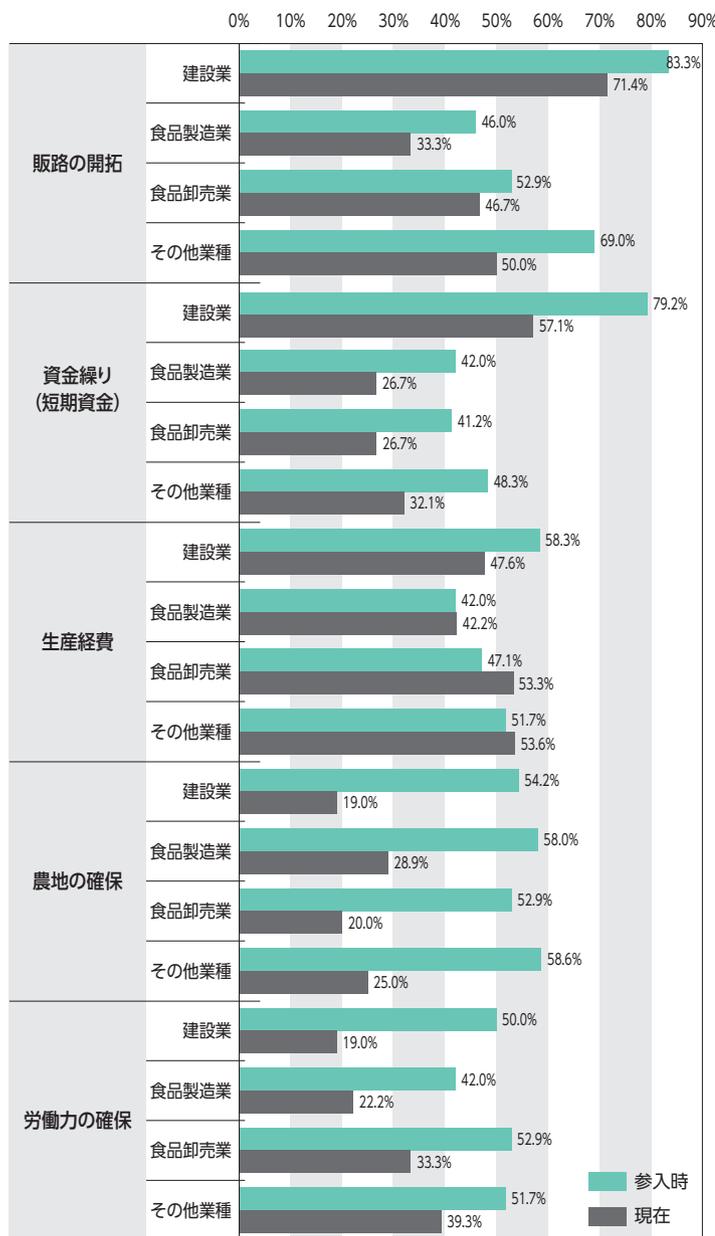
また、建設業は業界の厳しい経営環境を反映して、本業からの資金支援は難しいことが考えられます。

業種によってさまざまな課題を克服しながら、農業経営を進めていくことになりませんが、経営の結果である、損益状況はどのようなになっているのでしょうか。

これまで農業部門で黒字を確保したことがある先は、食品卸売業で五八・八%、食品製造業で二二・七%という結果になった一方、建設業で二二・三%、その他業種では一三・八%にとどまりました(図5参照)。

食品卸売業や製造業は、食品を扱う業種であり、特に卸売業は販路を有していること、また、製造業

図4 参入時と現在における農業部門の課題(業種別集計/複数回答)



では本業の原材料に活用できるところから、建設業などよりも農業参入の条件は有利であるといえます。

他方、建設業などにおいては、克服しなければいけない課題が食品関連産業よりも多数あり、その結果が損益状況にも現れているものと考えられます。

なお、黒字化までの見込み期間と実際に黒字を確保するまでに要した期間を比較すると、全体では見込み期間四・〇年に対し、実際には四・九年と約一年オーバーし、業種別では、「その他業種」を除いたいずれの業種でも見込み期間を超

えており、収支計画を作成する際には、慎重に検討することが必要であるといえます。

「技術習得」「販路開拓」がカギ

参入時における課題の解決状況を黒字を確保したことのある先と赤字先で区分して集計してみたところ、「生産物の販売単価」「農業技術の習得」「資金調達」「販路の開拓」については、黒字を確保したことのある先のほうが赤字先よりも課題を解決したとする先の割合が高く、そのかい離も大きいことが明らかになりました(図6参照)。

一方で、黒字・赤字に関係なく、「生産経費」に関しては、解決率は一〇%台であり、解決率に大きな差も出ていないという結果が出ました。これらのことから考察すると、参入時においては、経費削減も当然大切ながら、「農業技術の習得」「販路の開拓」など売上に大きな影響を及ぼす課題に対して、各企業がさらに解決に向けた取り組みを行うことが重要になるといえるのではないのでしょうか。

新たな担い手として期待

農業は自然を相手にした産業で

- 調査対象
全国の農業参入企業四二二社（各都道府県の農業参入企業が対象となるよう日本公庫融資先および新聞などで報じられた参入企業から選定）
- 調査方法
郵送によるアンケートおよび面談調査
- 実施時期
アンケート調査は二〇一二年七月～八月、面談調査は同年一〇～十二月
- 調査先数
郵送四二二（回収数二三八／回答率三二・七％）、うち建設業三〇、食品製造業五六、食品卸売業二一、その他業種三〇
面談一八

あり、人工的に制御できない面もありますが、さまざまな課題を予測して、事前に対応することは一定程度は可能です。

農業に参入する企業の持つ「強み」が既存の農業とうまく融合していけば、それによって、日本の農業に大きな広がりが出てくる可能性があります。そういった意味で、参入企業が日本の農業界における新たな担い手、あるいは成長の起爆剤になっていくことを願ってやみません。

（情報戦略部 岩崎悟之）

図6 参入時に抱えていた課題に対する解決状況（損益別集計／複数回答）

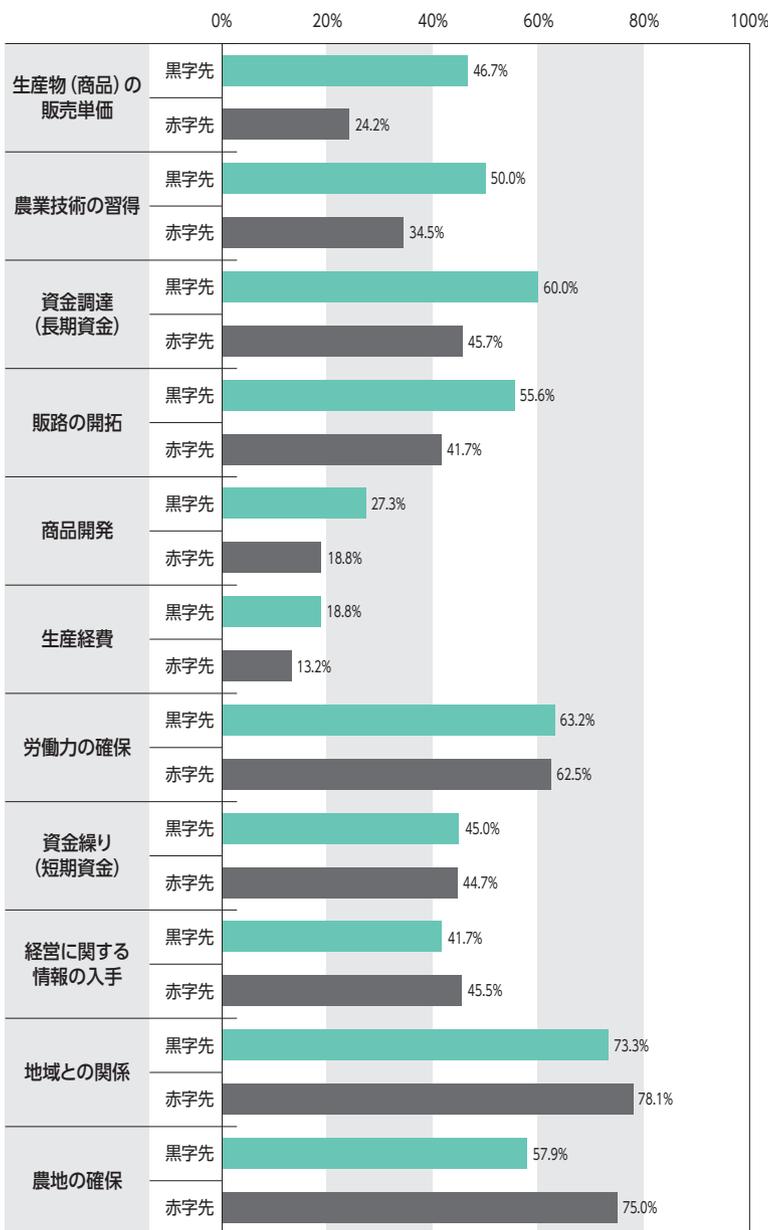
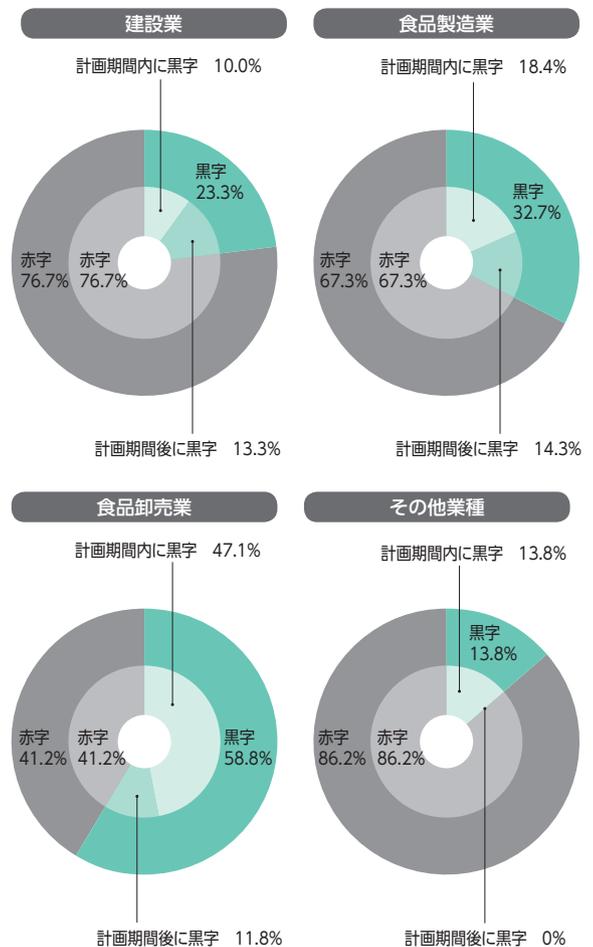


図5 業種別の損益状況



■ 黒字化までの見込み期間と実際に要した期間

	黒字化までの見込み期間	実際に黒字化まで要した期間
全体	4.0年	4.9年
建設業	3.8年	4.1年
食品製造業	4.2年	4.6年
食品卸売業	3.9年	6.7年
その他の業種	4.1年	2.8年

大自然の中の小自然
山野草が見せる光景に
宇宙の営みを感じさせる。
花が咲く期間は短い。
でもそこが好きなんです。

農と食
の邂逅

櫻井 あや子 さん

岩手県九戸郡軽米町
有限会社紫葉園

山野草の新しいネットビジネスをはじめた女性起業家が着実に業績を上げている。農業が生命産業といわれる理由に「いのち」に直接関係する食料生産がある。大自然からの小さないのちの恵みに触れたもう一つの農業がある。





P. 19

出荷前の山野草を一時的に管理する作業場。「花の咲いた植物、食べ頃の山菜はありません。そうなる前にお客様にお荷しますから」とあや子さん。幼い頃は遊び場でもあったが、両親の手伝いも積極的にしたそう

P. 20

右上:好きな植物は数知れず、盆栽や苔玉には目がないという末吉社長(左)と
右下:葉わさびはオランダに輸出されたこともある

左:紫葉園のアイドル、テツとトラ

植物に囲まれての生活

岩手県の内陸にある軽米町。数日前から訪れた寒波が町全体を白銀の世界に変えていた。同町内にある有限会社紫葉園は山に自生する山野草、山菜などを生産し、出荷する。創業者である紫葉末吉社長(六四)が一九七九年に始めた。植物が根つから好きな末吉社長。野生ランの一種で高価で取引されるエビネ・アツモリソウを殖やすことにした。「好きというより生計を立てていくためだね」。

事務所周辺にある五畝の畑、四畝の山林、一畝の田んぼ。ここで四〇〇種類にも及ぶ山野草を育てている。これらを作業場に運び入れ、パートさんの熟練の技によって株分けをしたり、不要な根を切り落としたりして商品に仕立てる。これを山野草を取り扱う卸売業者に出荷し、さらに大手種苗会社の手にわたり、小口の種苗店や小売店へと流通する。

農村をドライブするとよく「山野草、売っています」と書かれた看板を目にするが、仕入れて販売する店が大半だそう。実際に生産から行なっている法人は紫葉園を含め、国内に三社ぐらいしかないという。

山に行けば自然に生えている植物だが、商品として出荷するためには人為的に山の中と同じ環境をつくらなければならない。湿気を好む植物と嫌う植物。太陽の光を欲しがると、日陰を好むもの。管理の仕方はまったく違うそう。

末吉さんは他に先駆けて栽培技術を磨い

ていった。山野草という言葉がまだメジャーになる前からだ。むしろ流行が後になってきてきた。「つくればいくらでも欲しいと言ってくれました」(末吉さん)。

出荷を始めるようになって七年後に一人娘のあや子さん(二五)が生まれた。子どもの頃から植物に囲まれる生活。「レブニアツモリを髪飾りにして遊んだものです。何万円もするなんて当時は知りませんでしたから(笑)」。あやさんが成長するにつれ、紫葉園の出荷量も順調に増えていった。

両親の決意に後継の意思固める

ところが二〇〇二年、漏電による火災で作業所と事務所を焼失。出荷直前の商品がすべて灰となった。あやさん一六歳の時。「あの時商売をたたむという選択肢もあったと思うんです」(あや子さん)。だが両親は再起を決意した。「その時かな。自分が後を継ぐうと思いました」。日本でも数少ない山野草の生産基盤を築いた父の技術、商品、取引先。こうした財産を受け継ぐと胸に刻んだ。

ただしこの思いはあやさんが心に秘めていたもので、両親に公言したわけではなかった。ましてや多感な一〇代の女性。高校を出ると「まずは都会を見ておこう」と半年間専門学校に通った。その後いったん実家に戻ったが、「またちょっと出たくなくて」今度は盛岡市に出て銀行に勤めた。

銀行には二年半勤め、二三歳の時から本格的に紫葉園の仕事を始めた。驚いたのは母、

せい子さん(五九)だった。「高校を出るまでは手元に置いておきたくて、地元以外の高校に通いたい」という願いを諦めてもらった。それだけに『学校を終えたら地元から出ていくかも』と思っていたんです。それがうちの仕事をやると言ってくれて少し意外でした」。



母のせい子さん(左)、末吉社長(中)とともに。東日本大震災では建物の被害はなかったが水やガソリン不足、運搬の遅延などの影響を受けた。

ト販売だった。実は、盛岡に出る前も一度手がけたが、銀行に勤めている間、誰も管理しないまま放置されていたものを改めて取り組むことにした。

一つは自社のホームページを開設した上で、卸売業者向けの販売(二〇〇〇株単位)。もう一つは消費者向けの販売(一株単位)だ。

山野草を熟知している卸売業者向けと消費者向けでは売り方はまったく違う。「消費者には花の写真が必要」と花を咲かせた山野草の写真を撮りため、ホームページに載せた。

「反響は思った以上だった。一年後には、インターネット販売の売上が倍増した。「花だけじゃなく、ワラビ、行者ニンニクといった山菜も人気です。注文して食べるというより自分で育ててそれを食べる人が多いみたい」。団塊の世代の定年退職などで、自家菜園や市民農園で楽しむ人が増えている。紫葉園の商品はそうした世代にピッタリなのだろう。

インターネット販売の場合、注文が来るだけでなく質問や問い合わせも来る。「ワラビを植えるには何センチぐらい土をかぶせるのか?」、中には「どうしたらこの苗を殖やせますか」といった質問まで来る。

取引のある卸売業者の中に「あまり情報を出さない方がいい」と助言してくれるところがあるそうだ。消費者が知識を持てば商品が売れなくなるからだ。だが、あやさんは言う。「私たちが愛情をかけて育てたもの。消費者の手にわたってもちゃんと育てて欲しいので分かる範囲のことは答えています」。不思議なもので、丁寧に教えた人からは継続して注文が来るそうだ。消費者に人気のあるアイテムは卸売業者にも売れることも分かっていた。インターネット販売が売れ筋をつかむ指標にもなった。

当初はインターネット販売業者の運営するサイトに出店する形での販売だけだった

が、二〇一一年から「紫桜館山の花屋」という自社独自のサイトを立ち上げ、あやさんが店長を務めるようになった。インターネット販売は売上全体の二割まで伸びた。

経営の強みにしたい

インターネット販売に話が変わると、あやさんの表情が一層キラキラと輝いていった。二〇一〇年に盛岡市で不動産業を営む櫻井大介さん(三二)と結婚。住まいを盛岡市に移したため、一〇〇キロ離れた紫葉園に通えるのは週四日に限られる。それでも、紫葉園の経営を継ぐ気持ちに揺らぎはない。夫や嫁ぎ先の両親も理解し、応援してくれる。「従来の卸売主体の販売を維持しながら、インターネット販売の割合を三割まで持っていくたい。自分が主体的に経営に携わる際の強みになりますから」ときっぱり話す。

自分で始めた事業で手応えをつかんだことで自信が生まれ、経営への意欲につながったのだろう。最近では自分から末吉社長を誘って取引先を回ったり、展示会に積極的に参加するようになった。「将来的に途方もなく大きなマーケットにはならないとも思いますが、一定のマーケットは維持できると思います。切花のように品種改良されていない分、開花時期は短く、はかない。でもそこが私は好きなんです」——。抱負を語るあやさんを見て末吉社長がうれしそうに言った。「最近では俺よりも(山野草が)好きみたいです」。

(青山浩子／文 河野千年／撮影)

虫のいい話？

(独)農業・食品産業技術総合研究機構
動物衛生研究所動物疾病対策センター長

磯部 尚

皆

さんは、寄生虫と言えば、何を思い浮かべるであろうか？

寄生虫には、回虫などの線虫、いわゆるサナダムシと呼ばれる条虫、ジストマと呼ばれる日本住血吸虫などの吸虫、血液に寄生するマラリアなどの原虫、蚊、ダニ、シラミ、ハエなど人や動物の体表に寄生する節足動物といった非常に多種多様なものがある。

そのダニのうち、動物に寄生するマダニは犬、牛、馬を吸血して貧血を引き起こしたり、赤血球に寄生する病原体(バベシア、タイレリアという原虫)を媒介して溶血、貧血などの症状をもたらす。

これらのことを防ぐため、有機リン系、ピレスロイド系、カーバメイト系殺ダニ剤など種々の殺虫剤が開発され、ダニ防除に使用されてきた。しかし、薬剤使用による耐性ダニの出現、殺虫剤の畜産物への残留や環境中への残留による地球環境汚染問題などが相次いで生じたため、これまでの殺虫剤に替わる新しいダニの防除法の開発が今、切望されている。

そこで、この新たな事態に対応するため、マダニが持つ生物機能を利用した新しいダニ防除法の開発を目指した研究が行われている。

マダニの吸血は、短時間で行われる蚊の吸血とは異なり、何と一週間近くも吸血を行う。マダニは、唾液腺から血液凝固を防ぐ物質を動物体内に注入することによって長期にわたり吸

血を続けるのだ。

そうした中で最近、血管新生(新しい血管ができること)を抑制するヘマンギンというタンパク分解酵素阻害物質が見つかった。創傷治癒に必要な血管新生を阻害することにより吸血を持続させることが判明した。

しかもマダニは、異物である病原体を媒介するため、免疫を働かせたり、むやみに病原体が増えないように病原体を殺すロンギパインという加水分解酵素を持つことも判明した。



吸血中のマダニ成虫
【独】農研機構・動物衛生研究所 辻原図

完全に病原体を殺すのではなく、病原体の発育を抑制することによって、マダニ自身の体を守っているのではないか、すなわち、マダニと病原体の間に「生かさず殺さず」の共生につながる選択が長年の間に行われてきたのではないかと思われるマダニの病原体媒介機構が示されたのだ。

そこで、このロンギパインやマダニの病原体に対する免疫に関連した物質で病原体発育を抑制したり、ヘマンギンを抑制する物質などで吸血を阻害するといった、マダニの巧妙な吸血と病原体媒介機構を逆手に取ったダニの防除法の開発が精力的に行われている。また、単にダニの防除だけでなく、血管新生も阻害されることから糖尿病網膜症やガンを防ぐことも期待される。

これらのマダニのことは、人間に都合の良い、あまりにも虫のいい話?と思われるかもしれないが、まさに耳寄りな話でないだろうか。



Profile

いそべ たかし
1955年大阪府生まれ。大阪府立大学農学部卒業。
78年農林省家畜衛生試験場入省。2011年から現職。
専門は獣医寄生虫病学。

退路を断ち果敢に挑戦

企業にとつては、「あの時が潮の変わり目だったか」と感じる時が必ずある。

冷凍倉庫業を営む株式会社焼津冷凍の松村勲社長にとつては、それは七年前に、設立以来、二〇年近く赤字を続けていた農業部門であるグリーンテックセンターに関して「三年以内に赤字を解消できなければ撤退する」と宣言し、退路を断つた時がまさにその時だ。それからわずか二年で、焼津冷凍にとつて積み残しの問題だった農業部門の黒字化を達成した。見事というほかなかった。

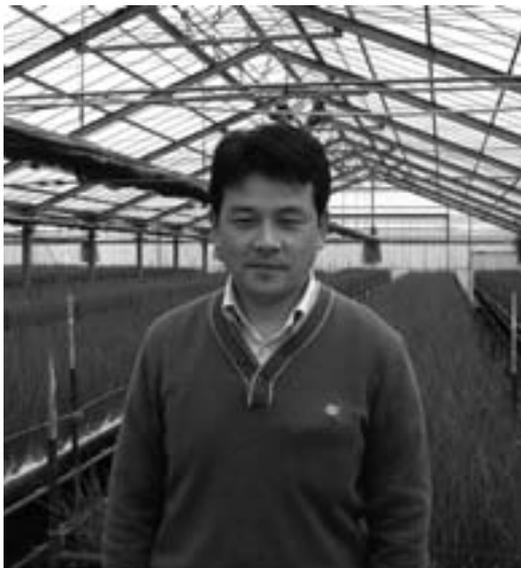
焼津冷凍が農業分野に進出したのは今から二五年前。当時、異業種企業が農業参入する例は少なく、先駆的な存在の一つだった。

グリーンテックセンターは、今でこそ焼津冷凍の主力事業の一つへと成長し、全社売り上げの一五%を占めるまでになっているが、赤字が続いていた時代にはさまざまな問題を抱えていた。

農業部門を立ち上げた当時の経営陣の意識は、倉庫業が好調であるため「会社全体でグリーンテックセンターの赤字をカバーできるの

経営紹介

社員の意識改革がチャンス 長年赤字の農業部門を再生



自信作の小ネギを背景に当時の苦勞を語る松村社長



静岡県藤枝市
株式会社焼津冷凍

- 設立 ● 1975年
- 資本金 ● 2100万円
- 代表取締役社長 ● 松村 勲
- 事業内容 ● 冷凍倉庫業、野菜生産業
- 売上高 ● 1億3700万円 (野菜部門)

であれば農業でもうけなくてよい」というものだった、という。利益を生み出さない事業であっても、改善の必要に迫られていない環境であったことが理由だ。また、何が赤字要因か分からなかったということも原因だった、という。

社長の胸に刺さった言葉

松村社長は一時、農業からの撤退を考えたこともあった。外部環境が変化する中での「現状維持」は、「後退」を意味するからだ。

一方で、「一つの事業をつくるのにどれだけ力が注がれているか認識しているのか」という経営者仲間の言葉が胸に深く刺さった。約二〇年のグリーンテックセンターの歴史を全て無にしてよいのか、と思直した。

折りしも倉庫業において新規チャレンジしている時だった。

倉庫業で取り扱う商品は外国産のマグロやカツオ、お茶が中心で固定的な需要があったが、一般家庭用の冷凍食品が加わることで保管サイクルの短縮へと移行していた。

全ての温度帯に対応した保管が可能な点を活用し、少量多品目の要望を受け入れたり、保管経過時間が長いものから出す先入れ先出



大井川の伏流水を活用した水耕栽培ハウス

し流通加工など、積極的に付加価値向上に取り組んでいた。

そして決断の時がやってきた。七年前、松村社長は退路を断ち、グリーンテックセンターを経営の柱の一つへ成長させるために、利益を追求するという判断を下したのだ。

まず着手したのは生産面だ。焼津冷凍では、倉庫業においてコンピュータで商品管理をしているノウハウを生かし、ハウスの水耕栽培で小ネギ生産に取り組んでいる。

五棟のハウス内を一〇カ所のプ

ラントに分け、ローテーションを組んで栽培しており、各生育ステージ毎の管理を集中的に行っていたものの、万全というわけではなかった。たとえば、小ネギの生育に差が出るからだ。なぜバラツキが出るのか社長をはじめ社員皆、見当もつかなかった。そもそもこの事実は見学に来た取引先から疑問を投げかけられてはじめて「問題だ」と気づいたのだ。

意識改革が利益に直結

この件を受けて、松村社長は「何が問題なのか、その原因は何か、それを解消するにはどうすればよいか」を社員自身が気づき、考え、問題を共有し、解決に取り組むように先導した。

グリーンテックセンターでは、専門家や技術者の指導を受けることはほとんどない。さまざまな問題は、社員の試行錯誤によって何事も解決してきた。「何かおかしい、何か違う」という感覚が問題を顕在化させ、「変化、改善」のチャンスにつながった。

次に取り組んだのは加工場の改善だ。グリーンテックセンターの小ネギは農業者には珍しく、クリールームで袋詰め・箱詰めを行っている

おり、「消費者に安心・安全を届ける」ための差別化が図られている。

そして、販売面の見直しにも着手した。「販売先、販売単価、販売数量」の確定が、生産計画を立てる上での核となるからだ。

そこで、安定的な販路を確保するため、市場出荷の割合を減らし契約販売先の拡大に取り組んだ。かねてより取引していた焼津冷凍関連会社の地元スーパーのほかに、大手スーパーや外食チェーン店にも出荷拡大したり、松村社長の経営者間のつながりなどを活用し、今では九〇〜九五%の契約率を通年維持するまでに至った。契約率の安定により年間の売上見通しが立てられるようになった。

意識改革は一見、回り道に思えるが、利益に直結する改革であったのだ。グリーンテックセンターは、こうしてわずか二年で黒字化を達成した。それ以降も継続して黒字を維持している。今では「日々収支・人時生産性」にも着目し、取り組んでいる。

次なるステップとして小ネギに加えミニトマトを栽培しようと、現在新事業に着手中だ。

事業拡大は、時代も後押ししている。農地法の改正により、条件を

満たせば企業も農地を賃借することができるようになったからだ。また、二五年の農業の実績が評価され、行政や近隣農家など地域の関係者の支援を受けられることも大きい。農業を継続してきた歴史が、今の支援につながっている。

冷凍技術と農産物の融合

しかし松村社長は主力事業のひとつに成長したグリーンセンターの現状に決して満足しておらず、新たな構想を抱いている。それは焼津冷凍の冷凍技術とグリーンテックセンターの農産物の融合だ。

焼津冷凍は、マイナス六〇℃の冷凍庫を保有し、超低温保管できることが特徴だ。現在では、五℃のチルド冷蔵やマイナス三〇℃の冷凍機能も有し、冷凍・冷蔵両分野に対応している。

世界に誇る冷凍技術は、グリーンテックセンターにとって大きな強みだ。

「小ネギやトマトの冷凍保存ができればフル生産が可能となる。また、規格外品やB級品などでも冷凍することで商品価値を向上させ、新しい売り方を構築できる」と松村社長の夢は膨らんでいる。

(情報戦略部 柚木紗知)

熊本県担い手・企業参入支援課

國徳健二

(五三歳)



●くにとく、けんじ●
一九五八年熊本県生まれ。八三年熊本県へ入庁、熊本土木事務所で用地取得業務を担当。その後、税務、広報、交通、企業誘致、NPO支援などの業務に従事。二〇〇九年から現職。

熊

本県は、温暖な天草地域から冷涼な阿蘇地域まで多様な気候条件に恵まれ、さまざまな農産物が生産されています。中でも、スイカ、トマト、デコポン、イグサについては、全国第一位の生産量を誇り、そのほか多くの農産物についても全国上位の生産量を占めるなど、全国有数の農業県となっています。

しかしながら、近年、ほかの農業地域と同様、農業者の高齢化や新規就農者の減少などによって、農業者の担い手の減少が続いており、担い手の確保が大きな課題となっています。また、景気の長期低迷や公共事業の減少により雇用環境の悪化が進んでいます。地域経済の活性化や雇用の確保なども大きな地域課題です。

この現状に対し、蒲島県知事は「稼げる農業の実現に向けて、熊本県の農業を目に見える形で活性化したい」「熊本県の農業の可能性を爆発させたい。その突破口の一つが、企業の農業参入である」という、強

い思いを持っています。

そこで、熊本県としては農業の担い手の確保を図るとともに、地域の活性化、雇用の確保対策の一環として、企業の農業参入に取り組んでいます。

参入業種については、特に限定はしていませんが、販路を持つ飲食・食品関連業、雇用維持の必要な建設業からの参入を重点的に推進しています。

参入される企業には新たな担い手として地域農業を支えていただくと同時に、民間企業ならではの経営能力を生かし、新しい農業の形、あるいは農商工連携による新たなビジネスモデルを構築していただくこと、またその取り組みを通じて農業者の経営革新や地域の雇用創出など地域の活性化に繋がることを期待しています。

ただ、企業の農業参入にあたっては、農地の確保、技術の習得、販路の確保など多くの課題があります。それにもっと大切なのは参入後に農業で収益を上げ、営農を継続していただくことです。

こうした課題解決を支援するために、次のような施策に取り組んでいます。

具

体的には、相談対応（本庁およびすべての出先機関に相談窓口を設置）、制度や支援策の周知（ホームページ、関東方面での展示会への出展などによる広報、セミナーの開催）、補助制度（上限五〇〇万円から一〇〇〇万円まで、補助率三分の一）および利子補給制度（融資額上限三六〇〇万円、利率五年間無利子）、技術研修（農業大学校における週一日、八カ月間）、参入後の支援（県の出先機関である地域振興局、地元市町村、農業委員会、農協による営農相談、栽培技術指導など）です。全庁的な体制整備も行い、市町村や関係機関と連携を図りながら、きめ細かな支援を行っています。

その結果、二〇〇九年四月から二一年九月までの二カ年半で四二法人が参入し、当初目標（三カ年で三〇法人）を上回るペースで進展しています。業種は飲食・食品関連業と建設業が多く、この二業種で半分程度を占めています。

現在まで、うれしいことに撤退する企業もなく、耕作放棄地解消（五二％）や作業受託（一九〇％）による

農業者のコスト低減、雇用創出（常用一八五名）などの成果が上がっています。

さらに、産地の維持（サラダたまねぎ）、新規作物の導入（オリーブ）、新しい栽培技術の導入（ミニトマト）、六次産業化による地域ブランドの発信（ニンニク）など、多様な効果をもたらしています。

ただ、企業側も地域に入って農地を確保し、円滑に営農を続けていくには、地元の理解が不可欠であることをあらかじめ、認識する必要があります。地域の農業構造や営農状況に配慮しながら、双方が共存するための意識を持つことが重要です。

最近では、企業からの相談の内容も多様化しており、直接の農業参入だけでなく、農産物を活用した商品開発などのアグリビジネスに関する相談もあります。今後、このような要望に対して柔軟に対応していくことも必要だと考えています。

農業への社会的な関心の高まりを背景に、企業の農業参入が進みつつありますが、今後とも地域農業との調和を図りながら、農業の担い手として着実に地元に着実に定着していただけるよう、支援を行っていきたいと思います。



農業の活性化には企業の参入も欠かせない 地域と企業双方が共存し合う関係が重要

濱野 満さん

広島県
株式会社丸松

企業の農業参入で積極展開 適地適作に徹し失敗恐れず

企業の農業参入が農業の現場で大きなテーマになる中で、青果の卸売ビジネスをはじめ、グループ企業で果汁加工を手掛ける広島県の株式会社丸松が大分県で二三畝の広大な農地を取得し、日本最大規模のカボス生産に挑み話題を呼んでいる。濱野社長は、失敗を恐れず適地適作で臨めば農業を成長ビジネスにできる、という。

カボス単独農地では日本一

——青果卸売業を営む企業が、なぜ農業へ参入しようと思ったのですか。
濱野 実は、加工を手掛けるグループ企業の株式会社ハマノのカボス果汁などを加工する事業が軌道に乗っていて、事業拡大が見込めそうなので、加工生産の拡大を考えたのです。

それには当然、原料のカボスを確保する必要があり、この際、自分たちで生産できないかと考えたのです。
農地法の改正で、企業の農業参入にも道筋がついたので、やってみようかという気持ちも十分にありました。

——かんきつ類の生産が豊富な瀬戸内海には農地は数多くあったはず。それなのに、なぜ広島県から遠く離れた大分県を最初の農業参入場所にしたのですか。
濱野 カボスの生産適地が広島県内にはなく、主産地の大分県にあったため、大分県を選んだのです。文字どおり適地適作の判断です。

——それにしても、二三畝の農地はすごい規模ですね。
濱野 カボスの取引で長年親交のあった大分県の企業からの声かけもありました。

りましたが、耕作放棄地になっていた国東半島にある広大な農地の後処理に関して、大分県当局からの打診がきっかけです。
——どういった打診を？

濱野 大分県の担当者から「株式会社でも農業がやれるようになった。ぜひ活用してほしい」という申し入れがあり、お話をいろいろ聞いた上で、農業参入を決断したのです。その後、大分県庁で県知事、国東市長の立ち会いで進出の調印式を行いました。

そして、二〇〇七年に農業生産法人株式会社ハマノ果香園を設立して、大規模カボス農園の経営を始めました。
カボス単独の生産で二三畝というのは、日本一でしょうね。すごい広さであることは事実です。
——とはいえ、取得した農地は耕作

放棄地だったとか。スタート時から手入れが大変だったでしょう？

濱野 確かにそのとおりです。耕作放棄地だったため、土地の手入れが十分ではなく、土壌改良には予想外の時間と手間を要しました。農業生産に十分な技術知識を持たない参入企業にとつては厳しい現実でした。
それと天候異変が読めないことにも苦労します。天候に左右される度合いが大きいので、いかに管理するか、管理技術が大事ですね。

土壌改良や天候異変で苦労

——俗にいう「想定外」ですか。
濱野 農業の生産者の人たちは永年の経験で対応術を知っておられるでしょうが、私たちは新規参入の企業だけに、悪天候や天災のリスクに対し





オレンジなど果実の選果場で経営を語る濱野社長

Profile

はまの みつる
一九四九年広島県生まれ、六二歳。高校卒業後、七七年大阪中央市場に入社。六九年から大阪市内で青果商を始める。七〇年の大阪万博時にはビジネスが成功し、四軒の青果店を経営。七二年に広島でかんきつ類の選果場(旬丸松青果)を設立し父親が社長。自身は専務就任。八一年父親死去後社長に就任。九二年株式会社化し現在に至る。

Data

株式会社丸松
本社は広島県尾道市瀬戸田町。濱野満社長。資本金五〇〇万円。七二年(旬丸松青果)を設立。九二年に株式会社化して社名も丸松に。この間、加工事業のハマノ、野菜卸売のマルマツアグリセンター、農業参入のためにハマノ果香園を設立しグループ企業とする。丸松の三九億円を含めグループ年商は六一億円。正社員二五人、パート一五〇人。

ては被害を最小限にするために、さまざまな対応や備えが必要です。

ただ、カボス生産は、専門家に生産管理の指導を仰げば何とかなるとわかり、気持ちの整理をつけました。

—— 農業生産ノウハウが十分でないのは、参入企業の弱みですか。

濱野 経営計画をつくるにしても農業技術を習得しておかないと経営判断ができないので大事です。ですから、勉強はしています。

でも、カボス生産に関しては、大分県の農家の協力を得ながら、他方で、

広島県内で長いつきあいのある、かんきつ生産の専門農家にも役員になってもらい、現場チェックを依頼しています。

収穫に五年、黒字化には成算

—— 参入を決めた二〇〇七年から四年以上もかかっていますね。

濱野 今年九〜十一月にカボスの初収穫となりますが、参入から救えれば、五年もかかりました。企業経営の発想から言えば、五年も要するといふのは、ちょっと長いですね。

—— その間は、農地取得の投資を含めて、コストがかさみ赤字に？

濱野 そうです。最初は先行投資みたいなものですから、我慢するしかないでしょうね。でも、企業としては、その赤字は織り込み済みです。

—— どれぐらいで黒字化を？

濱野 早めにしたいですね。でも企業ですから、当然、成算はあります。

—— といいますと？

濱野 カボスは今後、年間六〇〇トの生産を見込んでいますが、私たちのマーケットリサーチや需要予測ではカボスを加工したジュースやゼリーなどがかなり有望です。特にカボスに含まれるクエン酸に健康増進効果があつてジュースには最適の上、調味料としての需要もありますので、この生

産量で十分に対応できます。

—— ところで、大分県ではカボス用だけでなく、野菜生産用にも別途、農地を借り受けられたとか。

濱野 そうです。ガラス温室のバラ園を四〇アほど借り受けました。ハウスの設備をそのまま生かしてトマトの水耕栽培が可能なので、やってみようと思つたのです。

—— それにしても、大分県で次々に農業参入するのはすごいですね。

濱野 トマト生産はジュース加工などで売り先を持つており、十分に採算がとれると判断した結果です。

それに似た農地引き受けの話はほかにもあるのです。同じ大分県内で、四軒近い畑を借り受けて有機栽培の野菜生産を始めました。

—— ハウス園芸や畑はいずれ収益が見込めると？

濱野 いずれも事業を開始する段階で、生産した農産物の売り先はどこにするか、どれぐらいの需要が見込めるか、当然のことながら計算して「よし、やろう」と判断したことです。今後五年以内の黒字化が目標です。

売り先確保すれば収益確保

—— 市場流通に頼り、ある面で相手任せの農業者と、売り先を決めてアクションを起こす企業の差ですね。

濱野 どんなにいい農産物をつくっても売らなくてはならないし、確実に買ってくれる先を持つておくことが大事です。

私が経営する丸松の場合、長い間、かんきつ類や青果物などを集荷する力を培ってきたし、生ものを売る力を養ってきました。農地を取得して農業生産の現場にかかわろうと考えたのも、その自信があるからです。

——濱野さんの農業参入の動機は、カボスなどの需要増を見越して生産から関与したい、という点以外には？
濱野 もちろん、ほかにも理由があります。丸松の最大の取引先は全国展開する量販店です。食品の安全や品質確保のためのGAP基準を満たすことを厳しく求めており、生産地の明示などトレーサビリティを徹底するためにも、みずから生産地を確保することは安全の証明です。

自社農園で安全の証明も

——丸松が、卸売に加え自前の農園を持つというのは強みですね。

濱野 自社農園を持つのは間違いなくプラスです。まず、JA出荷、卸売市場、仲卸といった中間流通が一気にカットされ、その間の取り扱い手数料や運賃など物流コストがすべて、自社農園からわが社丸松への直送で不要

になり、割安価格で主要な取引先に出せます。今の消費者の最大関心事である安全・安心にも貢献できます。——といえますと？

濱野 量販店向けに限らずですが、丸松が取り扱う生鮮野菜やかんきつ類は自社農園で使用する農業や肥料などの管理をしているうえ、トレーサビリティをしっかりとやっている、というのはブランド価値を上げます。

企業イメージのアップになることは間違いありませんが、それ以外にこれまでと違った人脈ができました。これも大きいですね。

——いわゆる農業の世界だけではない人とのつながりができる？

濱野 企業の農業参入をきっかけに、異業種交流の場ができました。尾道の青果やかんきつ類の卸売の世界だけに閉じこもっていたら、永久に会えない人たちだったかもしれません。視野が広がり、経営にも広がりが出てきたことが大きいですね。

——過去のレモンやグレープフルーツ、生鮮オレンジの輸入自由化という時代は大きな試練だったでしょうね。

濱野 うちは生産農家ではなくて、それら生産者と生産委託契約し卸売するビジネスですが、一九六四年のレモンの自由化の時は大変でした。私たちの拠点の瀬戸田町は当時、

全国トップの生産地でしたが、一〇分の一にまで生産が激減し、さまざまな対策をとりました。オレンジの自由化時も同じでした。でも、日本人は負けず嫌いもあります。輸入オレンジに対してはデコボン、セトカといった対抗品種を開発して、今では競争力を確保しています。やればできるのです。

参入企業へ五つのアドバイス

——参入は成功確実と見ますが、後発の企業へアドバイスは？

濱野 アドバイスと言えるほどではありませんが、ポイントがあります。

一つは消費者ニーズに合った売れる商品づくりに徹する、同時に売れる先がある程度確保すること、二つ目は失敗しても成功を信じて、失敗を恐れずにチャレンジする、三つ目は適地適作の見極め判断が重要です。

それらに加えて天候異変が最大の経営のリスク要因なので、農業生産のプロを確保する、最後は資金繰り判断を含めて、経営数字にしっかりとした考えを持つこと、農業生産は天候不順で売り上げがダウンし資金繰りに苦しむケースがあるためです。

——そのポイントを押さえれば企業の農業参入は成功間違いなし？

濱野 企業の採算ベースに乗せるには農業のサイズを大型化することも

大事です。つまり機械化を含めてさまざまな投資をしながら大規模経営に徹し、人件費などコストをうまくまかなうことです。

現在の個人経営の農業は人件費に食われているのが実情ですが、いい意味でのコスト感覚を持つことです。そうすれば農業は間違いなく成長ビジネスになります。

——濱野さんご自身の農業参入プロジェクトでの今後の展開は？

濱野 カボス農園の黒字化の経営見通しについて、できるだけ早くといいましたが、五年以内が目標です。すでに準備や先行投資で四年がたつていきますので、必死で頑張ります。成算は間違いなくあります。

私の計画では、あと二年たつたら加工事業の分野に機械化投資を行い、カボス生産の受け皿をさらに拡大することを想定しています。

——こうしてみると、濱野さんにとって農業参入は間違いなくプラス？

濱野 経営判断に間違いはなかったと思っっています。いろいろな人たちに会えるし、会合に出るチャンスも増え、世界が広がったことは事実です。農業参入によって、いい意味での自信がついたというのは大きいです。

(経済ジャーナリスト 牧野 義司)

『地産地消のエネルギー』

新妻 弘明 著



(NTT出版・2520円 税込)

身近な自然エネルギーを活用する

村田 泰夫

(ジャーナリスト)

エネルギーはどこから調達すべきか。昨年三月の東京電力福島第一原子力発電所の事故で、原発という巨大で複雑なシステムに依存した近代文明のひ弱さを、私たちは思い知らされた。風力、太陽光など再生可能な自然エネルギーに人々の関心が高まっている。

筆者の新妻さんは、東日本大震災の起きるずっと前から、エネルギーの地産地消である「EIMY」を提唱し、みずからも実践してきた。EIMYとはEnergy In My Yardの頭文字で、身近なエネルギーという意味である。

東北大学大学院教授で、電気、電子工学を専門とする新妻さんは十数年前、ある研究会で聞いた「発電所は迷惑施設だ」という発言に衝撃を受けた。生活や産業に欠かせない電力の発電施設が迷惑施設＝NIMBY (Not In My Back Yard) だ

とは。「社会的に必要な施設であることはわかるが、公害の原因になる発電所はわが家の裏につくってほしくない」

であるならば、地域に眠る未利用の自然エネルギーを発掘し活用すれば、環境や自然にやさしく地域経済にも寄与する。そう考えて、EIMYを提唱するようになった。地域に眠る自然エネルギーとは、具体的には風力、小水力、太陽光・熱、バイオマス、地熱などである。

研究者である新妻さんは、理屈だけでなく実践しているところがすごい。東北では木質バイオマスとりわけ薪ストーブが有効であることを確認。仙台近郊の川崎町のNPOと連携し「川崎ー仙台薪ストーブの会」を結成した。町有林の立木を伐採して薪にし、薪ストーブのユーザーに供給し始めた。今回の大震災で被災したが、暖房には薪ストーブが大活躍したという。

地域資源の活用はエネルギーの自給になるばかりでなく、里山の再生にもつながる。伐採労働の対価に支払う地域通貨は、地域経済のてこ入れにもなった。EIMYは環境保全と地域経済活性化を通して「地域の豊かさ」をもたらしたのである。

自然エネルギーを最大限活用すべきだというのが主張の柱だが、原理主義者ではない。国の基幹産業や大都市のエネルギーをまかなうには、電力会社の送電網が欠かせず、大規模発電所を否定してはいない。その柔軟さが、主張に説得力を増している。

読まれています 三省堂書店農水省売店 (平成24年1月1日～平成24年1月31日・価格は税込)

タイトル	著者	出版社	定価
1 被災、石巻五十日。 霞ヶ関官僚による現地レポート	皆川 治/著	国書刊行会	1,575円
2 限界集落の真実 過疎の村は消えるか?	山下 祐介/著	筑摩書房	924円
3 東日本大震災とこれからの水産業	白須 敏朗 /著	成山堂書店	1,500円
4 日本農業の真実	生源寺 眞一/著	筑摩書房	756円
5 日本の魚は大丈夫か 漁業は三陸から生まれ変わる	勝川 俊雄/著	NHK出版	777円
6 食卓に迫る危機 グローバル社会における漁業資源の未来	八木 信行/著	講談社	1,995円
7 グローバル恐慌の真相	中野 剛志、柴山 桂太/著	集英社	777円
8 90億人の食糧問題 世界的飢饉を回避するために	ジュリアン・クリブ/著	シーエムシー出版	2,625円
9 世界の農業環境政策 先進諸国の実態と分析枠組みの提案	荘林 幹太郎、木下 幸雄、竹田 麻里/著	農林統計協会	2,940円
10 ドキュメント口蹄疫 感染爆発・全頭殺処分から復興・新生へ	宮崎日新聞社/著	農山漁村文化協会	1,995円



住民で「やねだん」型の地域再生 行政に頼らず団結力で勝負

鹿児島県鹿屋市
柳谷自治公民館館長 豊重哲郎



人口三二〇人の無名の集落

電車もバスも通らない、無名の小さな農村で、行政に頼らず一六年間続けている私たちの自治活動を、ぜひご紹介したい。

「やねだん」は、聞きなれない名前では、はて何だろうと思われよう。実は、鹿児島県大隈半島、鹿屋市南部に位置する「柳谷集落(通称・やねだん)」のことだ。この集落は、現在、人口三二〇人で、高齢化率が三三%、八五歳以上の高齢者が一八人、小中学生は一九人という構成だ。

一九九六年の自治公民館の総会で、これまでの任期二年の輪番制のルールを破って、自治公民館館長に私が五五歳の若さで選ばれ、現在に至っている。以来、自治公民館は「やねだん」の中核的な場所として、高齢者部、青少年育成部、婦人・壮年部、文化部、畜産部、環境事業部という組織のもと、各部長が中心になって活動している。

私が館長を引き受けた当時、「やねだん」は地

域再生の決め手もなく、人口が流出し高齢化、過疎化が進んでいた。特に、地域に子どもがいないことは、住民の笑いと希望を奪っていた。

「どげんかせんと、いかん」と言ったのは隣接県の前知事だが、私も同じ思いだった。

私は、地元の高校卒業後、東京に憧れて上京し、東京の銀行に入行した。しかし学歴の壁を痛感し挫折、二九歳でまた郷里にUターンした。

その後、地元でうなぎの養殖と専門料理店を創業したが、そんな私を「やねだん」の人たちは温かく迎えてくれた。さらに、二〇〇四年に大腸がんの大手術を受けた時、集落の多くの皆さんが見舞いに訪ねてくれた。

このUターンや入院の時の感謝と感動がずっと私の心底にある。この美しい集落を、そして、素晴らしい人々たちをこのままにしてはおけないとの思いがあった。それが、集落を再生し、後継者を育て、意思をつなぎ、命がけで自身の地域再生のノウハウを伝えていく義務がある、という考えに

つながっている。

「やねだん」再生のために

しかし、当時の私自身には何のノウハウもなく、「やねだん」のような小さなむらでも活力を呼び起こしていくには何が必要だろうか、と、ひたすら考えた。そして、社会でもむらでも、組織でもすべての基盤となるのは「人材」だ、人材こそが再生の土台となるという結論にたどり着いた。

さらに、地域の人材を引っ張っていくためのリーダーの役割・資質とは何だろうと自問した。私は自分の人生観を見つめ直し、改めて「先輩を心から尊敬し、先人たちの偉業をたたえ、常に協役に徹すること」であることに気づいた。

決して自分が前面には出ず、住民一人ひとりの出番を引き出せる思考力と創造力を持つことがリーダーには不可欠だ。地域の再生に補欠がいてはいけない。全員が四番でピッチャーになれるようにする、全員プレーが大事だと考えた。

profile

豊重 哲郎 とよしげ てつろう

1941年鹿児島県生まれ。60年鹿児島県立串良商業高等学校を卒業、東京都民銀行に就職し東京へ赴く。71年串良町へUターン。96年柳谷自治公民館館長就任。就任をきっかけに、やねだんの地域づくりのリーダーとして活躍する。96年、内閣官房より地域活性化の伝道師の任命を受ける。また同年から2年間、鹿児島県よりむらづくり活性化アドバイザーを委嘱される。

「住民一人ひとりが地域づくりの主役」を信念としている。

やねだん

鹿児島県鹿屋市串良町上小原の柳谷集落の通称。電車もバスも通らない小さな農村であるが、行政に頼らない地域再生を目指している。集落総参加で労力や経験を提供しあい、オリジナル焼酎づくりなど独自の商品開発で自主財源を増やす。住民の工夫で、福祉や教育も充実させている。

住所 〒893-1605 鹿児島県鹿屋市串良町上小原4964-2
TEL 0994-63-1731
FAX 0994-63-1732
E-mail=info@mail.yanedan.com



上：「結」活動で住民の間に連帯感が生まれた
下：わくわく運動遊園には、公民館の電気をまかなう太陽光・風力発電機がある

人が揃えば、あとは全員が、やりとげる意志と情熱さえあれば、必ず奇跡は起こる、という信念を持つことに尽きる。

しかし、人材確保作戦はなかなか成果が上がらなかった。特に最初の二年間、それこそ人には語れない、我慢、忍耐、汗、そして涙があった。そのこともぜひ、申し上げておこう。

実は、私は館長を引き受ける条件として、次の三つの約束を呑んでもらっていた。

- 一、一円たりとも会費(拠出金)を徴収しない
- 二、行政の補助金に頼らない
- 三、空き農地(畑)を無償で貸してもらおう

このうち、二の補助金に頼らない村おこしというのは常識的ではなかったらしく、激しく反対にあった。が、私は持論を丁寧に説明し押し通した。

公園づくりで連帯感生まれる

というのは、汗をかかずに得られるお金での地域再生は、当事者意識を欠くため決して実にならないし、人も育たないというのが私のポリシーだったからだ。しかし、これが裏目に出たのだろうか、当初は人材がまったく集まらなかった。

地域活動はできる人たちだけでやっても長続きはしないし、感動もない。これは馬鹿を承知でも本気の情熱を持って原則全員参加での「やねだん」の再生を集落で説いて回ろう、と必死で動いた。すると、二年が経つころ、徐々に住民の理解を得られるようになった。こうして、高齢者の知恵と経験を借りながら補助金に頼らない活動がスタートした。

まず、私が一人ひとりの力を結びつける「結」として取り組んだのは、公園づくりだった。

大工や左官、造園などの経験者を中心に、それこそ約三〇〇人の住民全員が、山からの木材の切り出しや土地造成、建物の設計・施工まですべて無償で行い、一九九八年に公民館の隣に「わくわく運動遊園」を完成させたのだ。

この時は、集落全員の人たちのうれしそうな顔が素晴らしかった。ひとつのことを全員で成し遂げる喜びと感動を心底、分かち合った瞬間だ。

この成功体験は大きかった。これをきっかけに、私は次々とアクションを起こした。経営資源で言えば、人材の次に必要なのはおカネである。公民館の経済的体力を自主財源の確保を目指した。

「サツマイモづくりで軍資金がきたら、東京ド

ームにオリックスのイチロー（当時）のプレーを見に行こう」自主財源確保のために呼びかけた私のこの一言で集落の高校生二人が奮い立った。

子どもや孫が叫べば、大人は必ず動く。耕作放棄地を無償で借用し、住民総出でサツマイモ栽培を手がけた。三〇〇円で毎年三五万円を稼ぎ出し、後に面積は一畝に拡大し、約八〇万円の収益金を上げ、「結」活動の「付録」として、自主財源確保のスタートを切ることができた。

こうした取り組みが、地域再生のための労働奉仕に負担感から、みずから提供する労働が地域再生に貢献していると住民の意識が変化していった。リーダーシップを取る側としては、これほど嬉しいことはない。

公害対策がビジネスに

財源確保のための活動は、ここからさらに展開。南九州は一大畜産基地。「やねだん」にも牛が約五〇〇頭、豚が七〇〇頭も飼養されている。ところが、この家畜の糞尿の悪臭が集落の悩みの種であった。この公害を解決するために集落ぐのみで開発したのが「土着菌」である。

土着菌とは、山や田畑に生息している微生物の総称で、「やねだん」が活用しているのは好気性の「糸状菌」である。米ヌカ一〇〇%の原料に水分調整や糖化作用の促進、かく拌作業を行い約一か月後に完成する土着菌は、集落の畜産農家に配布される。これを家畜に給餌すると、公害のもとである悪臭が抑制されるのだ。

一年後には、土着菌センター二二四平方メートルも住民の手作りで完成。現在は一年間に約三〇

トの土着菌を販売、約二〇〇万円の収益を上げるまでになり、臭いとともに住民からの苦情も消えた。さらには、土着菌を土壤改良剤として活用し、焼酎用のサツマイモ「コガネセンガン」を栽培、焼酎「やねだん」が誕生した。製造は鹿屋市内酒造メーカーに委託し、今では、インターネット販売と直売で年間七〇〇〇本を売り上げ、大きな財源の一つとなっている。

また、「やねだん」を紹介したテレビ番組を観て感動した韓国テグ市のホテル経営者が、「やねだん」を冠した居酒屋をホテル内に開業したいと直談判に来館された。もちろん快諾し、「居酒屋やねだん」は三年前にオープンして以降、大好評で、今二号店も検討中とのことである。

こうした活動を経て、自主財源を十分に確保し、住民も見違えるほどの元気と笑顔が出てきた。しかしすべてが解決したわけではない。そう、若者の再生産である。依然として、人口は減り続けており、Uターンしてくる若者の受け皿づくりが重要と考えた。

若者Uターン定着対策も

そこで生まれたのが「文化向上と子ども」をテーマにした古民家の活用である。高齢化に伴い、「やねだん」では築一〇〇年前後の古民家の空き家が増えていたので、改装し「迎賓館」と銘打って、アーティスト限定で家主の募集をかけたのだ。

すると、画家、陶芸家、写真家、ブロンズ彫刻家など七人が相次いで移住してきてくれた。今では、六年目に入ったが、当初の目論見どおり、住民が文化や芸術に触れるイベントも増え、学びの場と

化している。さらに嬉しいことに、「やねだん」の活気を知った四大家族がUターン、ついに転入が転出を上回り人口は増加に転じたのだ。

子どもたちの日々成長していく姿こそが、「やねだん」の宝であり、その躍動が大人たちのエネルギー源でもあることを改めて痛感している。

いま、私が取り組んでいるのは、「やねだん」と同じ課題を抱えている地域のリーダー養成である。これは、地域の未来のためのでもある。

「故郷創生塾」でリーダー養成

二〇〇七年に「やねだん故郷創生塾」を開講させ定期的に開催、第一〇回までの卒業生二七八人が全国各地で活躍中である。

地域づくりには、普通よりもワンランク上の人間像を持ったリーダーが不可欠である。創生塾では「文章力」「想像力」「思考力」「プレゼン力」を養い、リーダーのポリシー（政策）や奉仕の精神、本物の感動を大いに学んでもらっている。

「やねだん」には図書館役の「生き字引き」の先輩がたくさん存在している。戦争、炭坑、小作などの苦難を乗り越えた経験を持つ偉大な高齢者は、創生塾の最高の講師となってもらっている。まさに温故知新。感謝し尽せないくらい先人の知見に触れるたび、常に頭が垂れる思いだ。

今後も、「やねだん」の振興のために、体力の続く限り、「住んでよかった」ではなく、「住んでみたい」「地域づくりに取り組んでいきたい」。

【参考】

『地域再生―行政に頼らない「むら」おこし』豊重哲郎著

タイにおける六次産業化

二〇一二年二月二日から一六日までの四日間、タイ・バンコクで、国際農業開発基金（IFAD）とアジア太平洋農村・農業金融協会（PRACA）による公開討論会が開催され、日本公庫農林水産事業も参加しました。討論会では、アジア太平洋地域における貧困削減に向けた農村金融のあり方などについて活発な議論が行われました。

バナナチップスで付加価値

討論会後の現地調査では、バンコクから南東へ二時間ほど離れたバナナチップス加工・販売農家を視察しました。タイでも農家が農産物をそのまま流通業者経由で販売しても、大きな利益を得られませんが、そこでこの農家は付加価値を付けるため、バナナチップスに加工してから販売しようと思いついたとのことでした。

大分県発祥の「一村一品運動」を手本として同国政府が「集落一品運動」を推進しており、同国の農業を支援する立場にある農業・農業

協同組合銀行（BACC）の融資で事業が始まりました。リゾート地として有名なパタヤに近いことから、加工品はパタヤ市内の水上マーケットなどで直接販売しています。売れ行きは好調で、当初はバナナチップスだけでしたが、今ではシリアルクッキーなどのお菓子も製造・販売しています。販売にあたっては、購入者の用途に合わせて包装が選べる工夫をしており、家庭用はラベルのみのシンプルな包装で二〇パーツ（約五〇円）、贈答用は紙包装で三五パーツ（約九〇円）です（写真上、中）。

バンコク大水害の影響

二〇一二年七月から三カ月続いた洪水による水害では、多くの日

本企業の工場が大きな被害を受けました。もちろん農産物も大きな被害を受け、中でも水稲の被害は大きく、タイ産米相場は水害前の五〇〇ドル／ト程度から六〇〇ドル／ト程度（二〇一一年二月時点）まで高騰しています。

一方でバンコク中心部については、報道により見聞きしていた印象とは異なり店舗の入り口に浸水に備えた土嚢の山が見られた（写真下）ほかは、普段と変わらない様子でした。

今回は限られた滞在でしたが、タイの人々の温かいもてなしに触れ、この国が「微笑みの国」と呼ばれる理由を再認識しました。

（情報戦略部 林活歩）



シリアルクッキーを手作りするタイ人女性



バナナチップスほか加工品の売れ行きは好調



店舗入り口に土嚢が積まれている

「米粉利用の促進に係る勉強会」を開催

日本公庫新潟支店は、平成二三年二月二三日、新潟市にて県内の米粉利用の推進を目的として「第一回米粉利用の促進に係る勉強会」を開催し、支店からは若手職員を中心に一四名が参加しました。

新潟県農林水産部米粉普及推進室長の村田明彦氏より、食料自給率向上のため、輸入に頼る小麦粉消費量の一〇割以上を米粉に置き換える国民的プロジェクト「にいがた発『R10プロジェクト』」について解説いただきました。

今後も農と食のサポート機関として米粉への理解を深め、活用推進に取り組んでまいります。

(新潟支店)



米粉の活用についての解説に真剣に耳を傾ける

県内金融機関との連携深まる

日本公庫鹿児島支店農林水産事業は、地域の基幹産業であるアグリビジネスに対しスムーズな資金供給が行われるように県内の金融機関との連携を深めています。

一月十七日、鹿児島相互信用金庫の研修会「農業関係融資出前講座」で支店農業食品課長が、農業経営の捉え方などについて講義を行いました。

また、二月二七日、株式会社鹿児島銀行の社内研修会に参加。支店事業統轄ほかが営農類型別の業種の特徴などについて講義を行いました。今後も、県内の金融機関との連携に努めてまいります。

(鹿児島支店)



鹿児島県内の金融機関の連携に努めます

「食と農林漁業者の交流会 IN くまもと」を開催

日本公庫熊本支店農林水産事業は、二月二三日、熊本市にて「平成二四年食と農林漁業者の交流会 IN くまもと」を開催し、県内の農林漁業者や食品企業など一六八人が参加されました。

講演会では、日本キヌカ株式会社代表取締役の長田竜太氏より一次産業に今後巡ってくるビジネスチャンスについて、また、有限会社阿部牧場専務取締役の阿部寛樹氏より六次産業化の取り組みについてご講演をいただきました。

参加者からは、「経営の考え方に強い刺激を受けた」「現場で実践できるヒントを得た」などと多くの意見が寄せられました。

(熊本支店)



実践できるヒントを得たなど意見多数

「近畿地区の農業経営者交流会」を開催

日本公庫京都支店、大阪支店、奈良支店、神戸支店、和歌山支店は、一月三十一日、京都市にて「農と農、農と食の新たな交流と連携」をテーマとした「平成二三年度農業経営者交流会」を開催し、管内の農業者や食品企業など二五人が参加されました。

講演会では、グリーンリーフ株式会社代表取締役の澤浦彰治氏より同社の歴史と経営についてご講演いただきました。

交流会では、展示コーナーも設置され、農業経営者と食品産業経営者の活発な交流がなされました。(京都支店、大阪支店、奈良支店、大坂支店、神戸支店、和歌山支店)



澤浦氏の講演を熱心に聴く参加者

平成24年
2月1日現在

東日本大震災により被災された皆さまへの 支援策について

このたびの東日本大震災で被災された皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

日本公庫農林水産事業では、今回の災害により被害を受けた農林漁業者や食品加工・流通業者の皆さまからのご相談に的確に対応するため、各種支援策を実施し、被災された皆さまの復旧支援に全力で取り組んでいます。

電話相談及び相談窓口の実施

I 電話相談（事業資金相談ダイヤル） 平日のみ（9時から19時）：0120-154-505

II 主な地域の相談窓口

都県名	支店名	電話番号	都県名	支店名	電話番号
青森	青森	0120-911-495	茨城	水戸	0120-926-427
岩手	盛岡	0120-911-539	栃木	宇都宮	0120-959-042
宮城	仙台	0120-911-547	群馬	前橋	0120-926-481
秋田	秋田	0120-911-498	千葉	千葉	0120-926-471
山形	山形	0120-926-485	長野	長野	0120-911-598
福島	福島	0120-959-046	東京	東京	0120-911-624

農林漁業者及び食品産業事業者向け特例融資制度

I 対象となる方（注1）

3月11日以降に発生した地震に起因する以下の要件を満たす農林漁業者等

1. 本人の被災が罹災証明書等で確認できる農林漁業者等
2. 重要な取引先（出荷先、資材調達先等）の罹災証明書等が確認でき、かつ、その取引先の被災の影響で、売上の減少などが一定水準以上になることを確認できる農林漁業者等

II 制度の概要

特例融資の内容	対象資金
1. 償還期限・据置期間の延長 償還期限及び据置期間を、制度上それぞれ3年延長	全資金
2. 実質無利子化 利子助成機関からの利子助成により、一定期間（最長18年間（林業のみ最長15年間））貸付利率を実質無利子化（注2）	【農業】スーパーL資金、経営体育成強化資金、農業基盤整備資金、農業改良資金（3のみ） 【漁業】漁船資金、漁業経営改善支援資金、漁業経営安定資金、漁業基盤整備資金
3. 実質的な無担保・無保証人融資 原則として、以下の取扱いとします。 ●担保：融資対象物件に限る（運転資金の場合等は不要） ●保証人：個人の場合は不要、法人の場合は代表者のみ	【林業】林業基盤整備資金 【農林漁業共通】農林漁業セーフティネット資金、農林漁業施設資金 【加工流通】水産加工資金
4. 融資限度額の引き上げ (1) 農林漁業セーフティネット資金（資金使途：運転資金） 残高通算で1,200万円（特に必要と認められる場合は年間経営費の12/12相当額又は粗収益の12/12相当額のいずれか低い額） (2) 農林漁業施設資金（主務大臣指定施設）（資金使途：災害復旧） 負担額又は1施設当たり1,200万円（漁船は7,000万円）のいずれか低い額 (3) 経営体育成強化資金（I[対象となる方]の1に限る） ＜再建整備資金（注3）＞ 個人2,000万円（特認3,500万円、特定5,000万円）、法人8,000万円 ＜償還円滑化資金（注4）＞ 経営改善計画の5年間（特認25年間）において支払われるべき負債の各年の支払額の合計額 なお、本資金の貸付額の合計限度額は以下のとおり 個人2億5,000万円、法人8億円 (4) 漁業経営安定資金（I[対象となる方]の1に限る） ＜償還円滑化資金（注5）＞ 対象資金に漁業近代化資金を加える等と共に、漁業経営安定計画の5年間（特認10年間）において支払われるべき負債の各年の支払額の合計額と所定の金額から算出される額のいずれか低い額	
5. その他の制度拡充 借入金の一部を資本とみなすことができる資本的劣後ローンを創設	スーパーL資金

(注1) I[対象となる方]以外で、原発事故による出荷制限、風評被害等を受けている農林漁業者等には、一定の要件の下でII「制度の概要」の1「償還期限・据置期間の延長」、4（1）「農林漁業セーフティネット資金の融資限度額の引き上げ」を適用します。

(注2) 事業内容によっては、利子助成期間が5年になる場合があります。

(注3) 制度資金以外の営農資金を借り受けたために生じた負債の整理に必要な資金。

(注4) 農業の制度資金の負債を整理し、支払いを円滑にするために必要な資金。

(注5) 公庫資金の負債を整理し、新たな漁船等を計画的に取得する内容を含む計画を達成するための資金。

返済相談などへの柔軟な対応

本災害により被災した皆さまからの返済相談については、個別の状況を踏まえた親身な対応と負担感の軽減に努めています。

【対応例】

- 震災の影響により返済猶予のお申し出が遅れた場合でも、返済期日に遡って返済猶予の手続きを実施
- 提出書類の簡素化（決算書提出の省略が可能など）

◆一月号(特集テーマ:拡がるか、国産農産物市場)を拝見しました。困難な局面に立っている日本の農業者にとって、最高の教科書として提供されました。微力な小生などが申し述べるのはばかられるような素晴らしい編集であり、国産農産物市場の担い手の方々にとって貴重な情報が詰まっていると思います。(船橋市 松坂 正次郎)

メール配信サービスのご案内

日本公庫農林水産事業では、メール配信による農業・漁業・食品産業に関する情報の提供をしています。メール配信を希望される方は、日本公庫のホームページ(<http://www.jfc.go.jp/a/>)にアクセスして登録ください。(情報戦略部)

みんなの広場へのご意見募集

本誌への感想や農林漁業の発展に向けたご意見などを同封の読者アンケートにてお寄せください。「みんなの広場」に掲載します。二〇〇字程度ですが、誌面の都合上編集させて頂くことがあります。住所、氏名、年齢、職業、電話番号を明記(匿名をご希望の場合はその旨明記)してください。掲載者には薄謝進呈いたします。

「郵送およびFAX先」

〒100-0004
東京都千代田区大手町一丸一三
日本政策金融公庫
農林水産事業本部
AFCフォーラム編集部
FAX: 〇三-三三-七〇一三五〇

支店移転のお知らせ

日本公庫農林水産事業は、二月に五支店が住所を左記のとおり移転しました。

●福島支店(移転日 二月三日)

住所 下九六〇-八〇三三
福島県福島市栄町六番六号
TEL 〇二四-五二-三三三二
FAX 〇二四-五二-三三八五

●前橋支店(移転日 二月三日)

住所 下三七-〇〇二六
群馬県前橋市大手町二丁目六番七号
TEL 〇二七-四三-六〇六一
FAX 〇二七-四三-六〇六五

●静岡支店(移転日 二月六日)

住所 下四二-〇〇八五一
静岡県静岡市葵区黒金町五九番地六
TEL 〇五四-二〇五-六〇七〇
FAX 〇五四-二二-〇七七八〇

●大津支店(移転日 二月二〇日)

住所 下五二-〇〇〇五二
滋賀県大津市梅林二丁目三番一〇号
TEL 〇七七-五二五-七一九五
FAX 〇七七-五二五-七二七〇

●岡山支店(移転日 二月二〇日)

住所 下七〇〇-〇九〇四
岡山県岡山市北区柳町二丁目一番二七号
TEL 〇八六-三三-三三六一
FAX 〇八六-三三-三三七二〇

編集後記

④畜産などでは、早くから企業参入が進み、曲折はあったにせよ競争にさらされ、一次産業では経営の合理化が進んでいる業種と言えましよう。

一方、土地利用型農業では、まだ企業参入は緒に付いた段階。農地法の大改正から三年が経過し、参入は各地で増加していますが、それが、うねりとなり定着していくには、もう少し時間がかかりそうです。ただ地域再生は待たなしの状態。企業が期待される力を上手く発揮するには、税制など今以上に参入の地ならしが必要かもしれません。(竹本)

④「耳よりな話」で、マダニが持つ生物機能を利用したダニの防除法の研究が行われていることをご紹介いたしました。

小さい頃、山菜採りに出かけた

きにマダニに噛まれ、どんどん皮膚に食い込もうとしているのを見て、とても怖い思いをしたことがありません。そのマダニが医療分野への貢献も期待できるということには、驚きました。害を及ぼす虫も見方を変えれば、人の役に立つのですね。(林田)

④自社農場で生産した野菜を提供しているファミリーレストランに初めて会った時、新しいことが始まったとわくわくしました。

今号で、思惑も手法もさまざまに、企業が意欲的に農業参入を始めていくことを知りました。特集で室屋氏は、参入企業と農村社会との融和の重要性を説かれています。農家の方と企業が互いに利益を得て、価値を高められ、農業がさらに発展してほしいと思います。(城間)

AFCフォーラム Forum

■編集

吉原 孝 竹本 太郎 荻山 能敬
城間 綾子 林田 せりか 飯田 晋平

■編集協力

青木 宏高 牧野 義司

■発行

(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部
Tel. 03(3270)2268
Fax. 03(3270)2350
E-mail anjoho@jfc.go.jp
ホームページ <http://www.jfc.go.jp/a/>

■印刷 凸版印刷株式会社

■販売

(財)農林統計協会
〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13
目黒・炭やビル
Tel. 03(3492)2987
Fax. 03(3492)2942
E-mail publish@aafs.or.jp
ホームページ <http://www.aafs.or.jp>

■定価 500円(税込)

④ご意見、ご提案をお待ちしております。

④巻末の児童画は全国土地改良事業団体連合会主催の「ふるさとの田んぼと水」子ども絵画展の入賞作品です。

第7回

アグリフード EXPO 東京 2012

プロ農業者たちの
国産農産物・展示商談会

国産にこだわり
農と食をつなぎます

日時：2012年

8月2日・3日

木 10:00~17:00

金 10:00~16:00

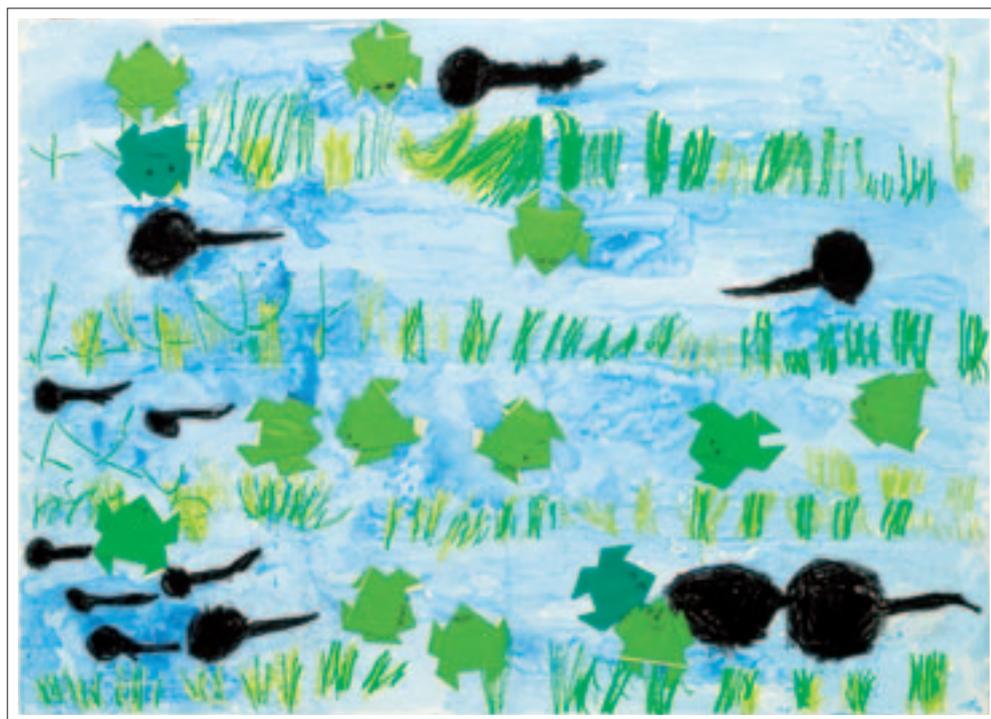
会場：東京ビッグサイト 西2ホール

主催：JFC 日本政策金融公庫

事務局：株式会社 日本政策金融公庫 農林水産事業本部 総合支援部
「アグリフードEXPO」事務局 / エグジビション テクノロジーズ 株式会社



農業への企業参入新時代



『元気いっぱい! かえるのこ』静岡県社会福祉法人五和会五和保育園

■ AFCフォーラム 平成24年3月1日発行(毎月1回1日発行)第59巻12号(739号)
■ 発行/(株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部 〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-3 Tel.03(3270)2268
■ 販売/財団法人農林統計協会 〒153-0064 東京都目黒区下目黒3-9-13 Tel.03(3492)2987 ■ 定価500円 本体面価476円

