

農

から広がる ネットワークの可能性

～暮らしやビジネスに「農」を取り入れてみませんか～

要約

農業への関心が高まりつつある。しかしその関心は、相次ぐ食品偽装事件や上昇し続ける食料品価格、低迷する食料自給率など、日本農業の脆弱さに対する不安の反映にすぎない。また、異業種から農業への参入は増加しているものの、建設業や食品加工業からにやや限定されており、大多数の企業には依然として農業は縁遠い存在である。

一方、日本農業は、担い手の減少や高齢化、耕作放棄地の増大、原油価格高騰に伴う燃料、肥料、飼料価格の上昇、輸入品との競合激化によって存亡の危機にある。再生のためには、「農」の魅力やかかわり方を効果的に伝えて、多数のプレイヤーやサポーターの参入・支援を促す必要がある。日本農業の現状と、暮らしやビジネスでの「農」との多様なかかわり方を報告し、ネットワーク化による日本農業の再生の方向性を示した。

CONTENTS

- 1 | はじめに
- 2 | 日本農業の現状
- 3 | 多様な「農」の入り口
- 4 | 未開拓な「農業ビジネス」
- 5 | 広がりつつある「農」のネットワーク
- 6 | 農業・農村の再生に向けて



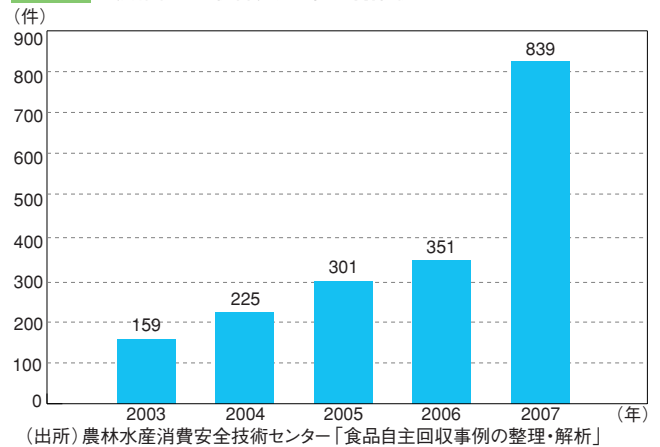
1 はじめに

穀物や飼料の値上りを背景として、生鮮食品や乳製品、麺類、菓子などの食料品価格が上昇している(図表1)。鳥インフルエンザ、BSE(狂牛病)、抗生物質漬けの養殖エビ、毒入り餃子やメラミン入り加工食品等、輸入食料品の危険性を再認識させられる事件が多発し、消費期限切れの菓子販売、生鮮食品の産地偽装、農薬に汚染された事故米流通など、流通段階での偽装や安全軽視の事例も枚挙に暇がない。食料品の自主回収件数は、昨年急増している(図表2)。

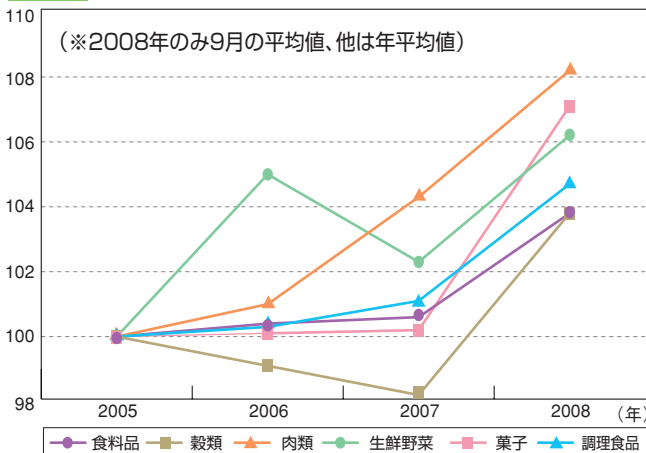
農業に従事しているのはほとんど高齢者で、年々放置される田畑が広がり、穀物自給率も先進国中最低レベルの27%にとどまっている(図表3)。これまで、水道の蛇口をひねる感覚で、世界中から安全で安い食料品が好きなだけ入手できた。だから、国内の農業が衰退の一途にあっても、さして問題視されなかった。しかし、これだけ事態が悪化したことで、食の安全や安定確保に対する不安の裏返しとして、農業への関心が高まってきた。

現状、生産・加工・流通・販売はばらばらで、農業や農村と消費者との関係は極めて希薄化している。そこで、本稿では消費者の理解を深める「農」の入り口を紹介し、異業種の参入・連携の可能性を示したい。そうすることで、企業的な農業経営への脱皮と、消費者を交えた顔の見えるネットワークの構築を促したい。

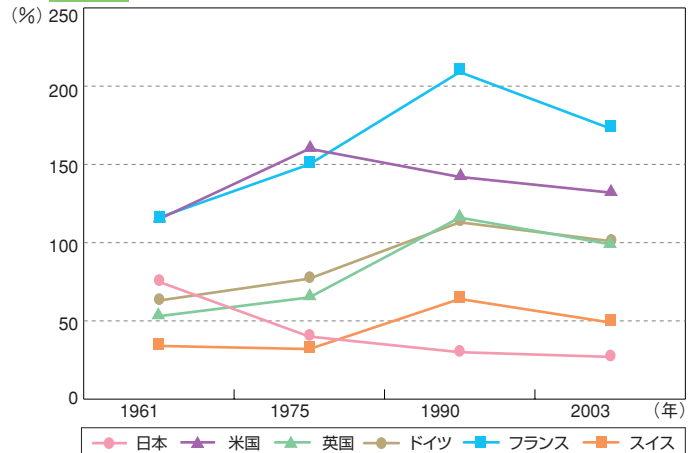
図表2 食品自主回収件数の年度別推移



図表1 東京都区部の消費者物価指数 (2005年=100)



図表3 主要国の穀物自給率の推移



2 日本農業の現状

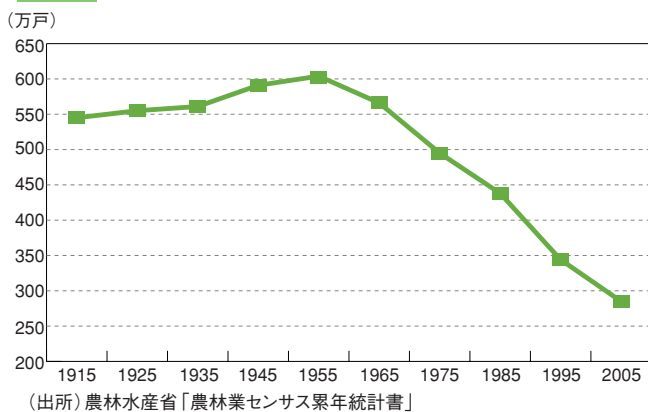
農業・農村再生への動きを検討する前に、わが国の農業の現状を、統計データから簡単に整理しておく。

(1) 統計的には存亡の危機

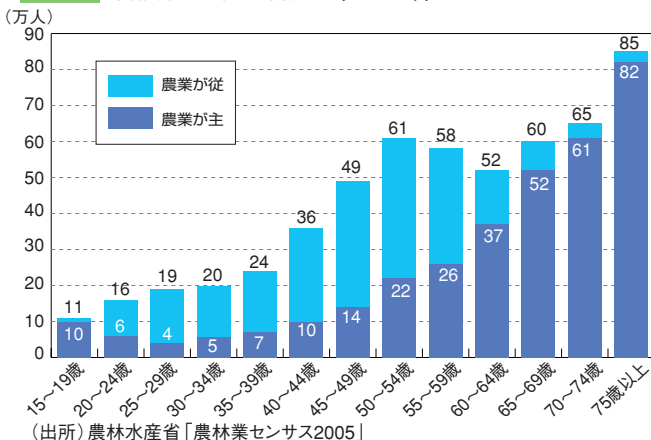
まず、農家数の減少が止まらない。1960年以降、大幅な減少傾向が続いており、現在もなお歯止めがかかっていない(図表4)。1960年以降は毎年5~8万戸のペースで減少が続いており、2005年までの45年間で、606万戸から285万戸へと半減している。このうち、経営耕地面積30a(≒900坪)以上または農産物販売額年50万円以上の販売農家は、2005年現在195万戸にすぎない。農家は、今なお毎年6~8万戸のペースで減少しており、このままでは2030~2040年頃にはゼロとなってしまう。

農家数の減少とともに、農業従事者の高齢化も急速に進行している。2005年時点では、全農業従事者のうち65歳以上は37.8%であり、「農業が主」である農業従事者で見ると58.2%と、極めて高齢化している(図表5)。さらに、2010年に

図表4 農家数の長期的推移



図表5 年齢別農業従事者数 (2005年)



はそれぞれ47%、69%程度にまで上昇すると推測されており、農業を主な収入源とする生産者の約7割を65歳以上の高齢者が占めることになる。これは、農業に新しく参入する若い世代が極めて少ない状況が続いているため、農業従事者の平均年齢が年々上昇した結果である。

一方、産業としての地位をみると、農業の国内総生産(GDP)は1990年をピークに減少が続いており、全産業に占める農業のシェアは1960年の8.6%から2007年には0.9%と1%を下回った。また、就業者数は、1960年から2007年まで減少し続けており、農業のシェアは30.1%から4.4%へと大きく低下している(図表6)。

このように、日本人の食生活の劇的な変化(図表7)などを背景に、統計的には、農業の存在感や産業としての活力は年々低下していて、存続すら危惧される状況にある。

(2) 耕作放棄地、休耕地が急増中

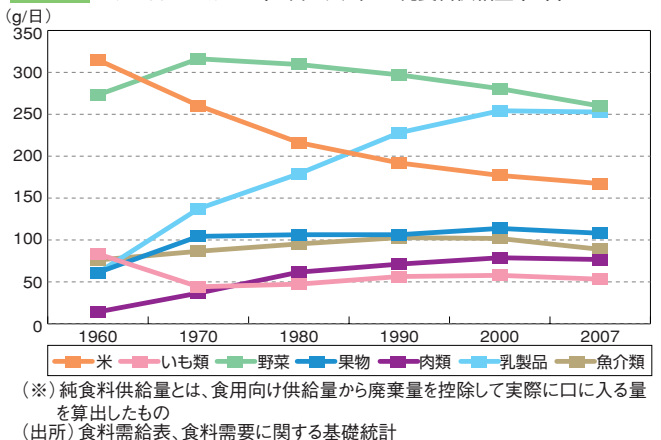
最近特に利用されずに放置されているような農地が、各地で目立つ。農業生産の担い手の減少と高齢化、農産物

図表6 国民経済における農業の地位

	1960	1970	1980	1990	2000	2007
GDP(10億円)	16,681	75,299	246,266	449,997	502,990	508,925
うち農業	1,435	3,293	6,242	7,854	5,552	4,714
農業シェア(%)	8.6	4.4	2.5	1.7	1.1	0.9
総就業者(万人)	4,404	5,259	5,581	6,168	6,297	6,150
うち農業	1,326	940	547	392	285	270
農業シェア(%)	30.1	17.9	9.8	6.4	4.5	4.4

(出所) 国民経済計算(GDP)、農業構造動態調査(農業分野のGDP)、国勢調査(就業者数)

図表7 食生活の変化 (一日一人当たり純食料供給量(※))



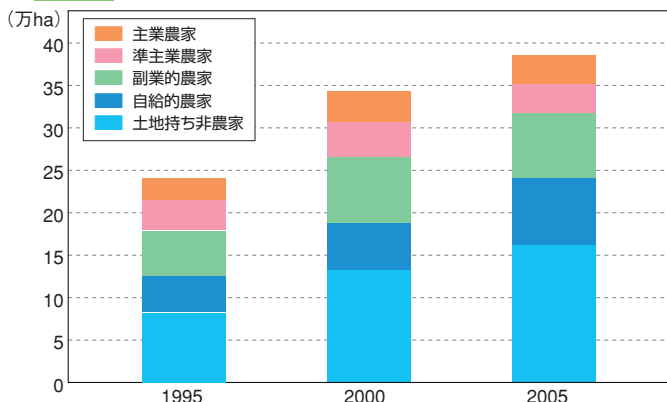
価格（特にコメ）の低迷、補助金の縮小などがその背景にある。耕作放棄地（減反などの特別な理由がなく、営農再開の目処も無く、1年以上利用していない農地）は、1995年から2005年の10年間で24万haから39万haへと急増しており、その増加分の大半は零細な自給的農家と、農地を保有しているが生産していない土地持ち非農家が占めている（図表8）。加えて、減反などで一時的に休耕中の田畑が31万haある（2005年）。

自給率が低迷し、今後世界的食料需給が逼迫することが予想される中、こうした未利用農地を漸増させながら、生命線である食料を漫然と輸入に依存することは危険である。最新の食料・農業・農村白書に、いざとなったら休耕農地を一斉に活用するという方針が示されているが、農政当局の考えであるとは信じがたい。なぜなら、一度耕作をやめると土壌がやせ、物理的、化学的、生物学的な特性が急速に悪化するからである。時間がたつほど、灌木やもぐらなどによって田畑の底やあぜの損傷も増大し、加えて建設残土や産廃などを不法投棄されるケースも出てくる。耕作放棄地を復旧して農業生産を軌道に乗せるには、時間も費用も人手も多大に要する。



建設残土が投棄された耕作放棄地（愛知県日進市にて撮影）

図表8 耕作放棄地面積の推移（経営形態別）



（出所）農林水産省「食料・農業・農村白書（平成20年版）」

耕作放棄地については、現在、一筆ごとの現地調査をもとに、農地と非農地を再区分し（復旧困難地の除外）、営農再開計画を策定する調査を全国一斉に行っている。そうした調査はもちろん必要であるが、調査後に営農再開可能な農地についての情報公開を進めるなど、新たな参入者を呼び込む具体策の実施を切に望みたい。

(3) 栽培方法の変化による栄養価低下と地下水汚染

ご年配の方から野菜がまずなくなったという話をよく聞くようになってきた。そこで、30年前と野菜の栄養素（ミネラルなど）の含有量を比較してみると、明らかに減少している（図表9）。輸入野菜の増加という要素もあるが、化学肥料や農薬の使用、ハウス栽培など、野菜の栽培方法が、戦後に一変したことにも原因がありそうだ。

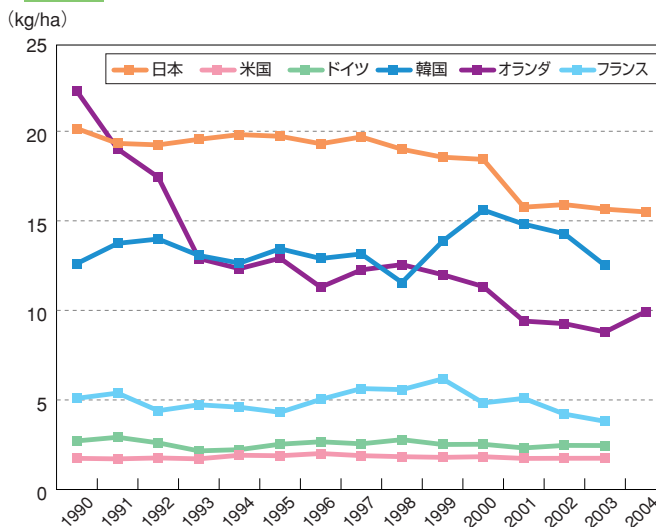
戦前は全国的に化学物質を使用しない無農薬有機農法だったが、戦後になると即効性が高く安価な農薬や化学肥料を大量に投入するようになった。今なお農薬投入量は先進国の中で高水準にある（図表10）。

図表9 野菜の含有ミネラル分の比較（単位:mg）

	鉄分 (100g当たり)			ビタミンC (100g当たり)		
	ホウレン草	にら	わけぎ	ホウレン草	キャベツ	春菊
1950年	13.0	19.0	17.0	150.0	80.0	50.0
1982年	3.7	0.6	0.5	65.0	44.0	21.0
2000年	2.0	0.7	0.4	35.0	41.0	19.0

（出所）科学技術庁「日本食品標準成分表」

図表10 主要国での農薬投入量比較



（出所）OECD「1990年以降のOECD加盟国の農業に関する環境パフォーマンス」

農薬を使用するほど生態系は多様性を失い、土壌はやせ、肥料が多く必要となる。化学肥料にはミネラルが少なく、過剰な栄養素を無害化する土壌細菌の餌(有機物)も少ない。このため土壌には、化学肥料の主成分である窒素が蓄積されてミネラルが減少し、作物中のミネラルも少なくなる。これが味に影響する他、ミネラル不足でキレイやすい人が増えるなど、人体への悪影響もあるようだ。

そして、土壌の余剰窒素は、硝酸となって地下水を汚染する。特に野菜栽培が盛んであった地域を中心に、地下水汚染が広がっている。こうした汚染は長期間かけて徐々に進行するため、なかなか実態がつかめていない。硝酸は、摂取すると体内で亜硝酸に変化し、発癌や幼児の呼吸機能低下を誘発する。

確かに化学肥料は栽培を促進し、見た目を立派にするが、

土壌の特性を変化させ、環境汚染や健康被害を引き起こす可能性もある。できるだけ農薬や化学肥料を減らした農産物を選んで、汚染や健康被害を抑止したい。



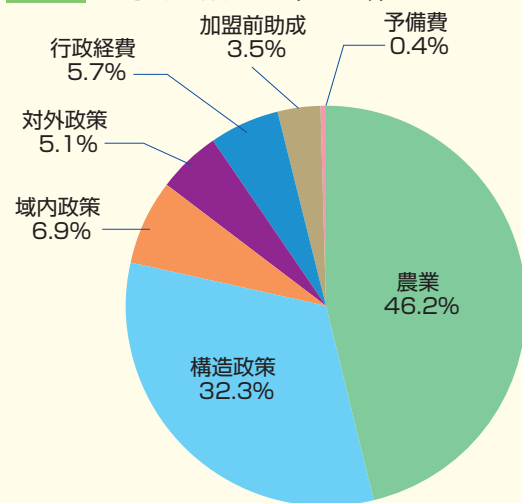
硝酸濃度が高く飲めない井戸水 (長野県飯田市にて撮影)

コラム EUとの比較でみる日本の農政

EUは、予算の半分弱を農業に割り当てており(図表11)、その約9割を、補助金と価格保証を組み合わせた共通政策(CAP)に充てている。CAPは最低価格支持と直接支払いを2本柱としている。まず、生産コストから積算した介入価格を下回った場合に買支えするとともに、輸入課徴金を課しつつ輸出補助金を交付するのが価格支持である。そして、介入価格を下げる場合、目標生産高の達成を条件として、引下げ幅相当分の直接補助金を生産者に交付するのが直接支払いである(図表12)。財政負担が重くGATTが縮小義務を課す価格支持から、GATTも容認する直接支払いへとシフトしつつ、2006年だけでも41,600億ユーロ(約500兆円)を投入した。こうした手厚い農業保護を継続したことによって、1963~2003年の間に穀物自給率を、英国56⇒91%、ドイツ71⇒101%、フランス121⇒173%、スイス29⇒49%などと上昇させ、域内全体の穀物自給率は100%を超えている。

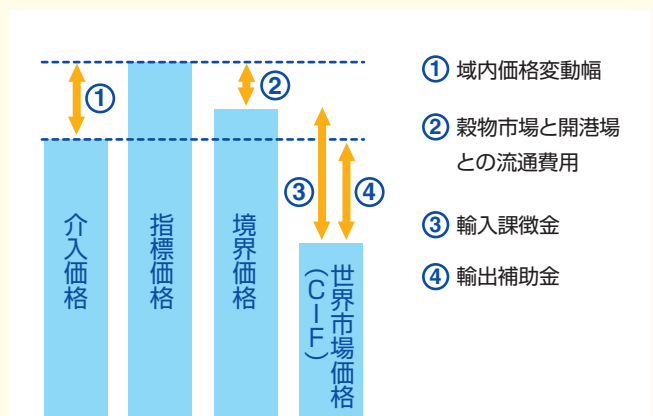
一方、日本の農業予算は、2007年度の一般歳出の約5%、金額で3兆円足らずと桁違いに少ない。また、生産縮小目標達成の報奨と土木工事に大半の予算が費消され、目標生産高達成への報奨は皆無である。その結果、EUと逆に、同じ期間に日本の穀物自給率は63⇒27%と低下した。食料自給を安全保障の最重要課題と位置づけて実践したEUに、学ぶべき点は少なくない。

図表11 EU予算の枠組み (2006年)



(出所) 農林水産省「海外農業情報」

図表12 EUにおけるCAP政策



(出所) 甲南大学情報教育センター「現代ヨーロッパ経済」

3 | 多様な「農」の 入り口

これまで、世界的な食料事情が悪化している中、衰退の一途にあるわが国の農業・農村は、今や存亡の危機にあることを報告した。工業化、情報化による発展とは無縁の生産性の低い産業との誤解から、農業への新規参入は極めて少なく、担い手の減少と高齢化が深刻だ。また、暮らしの中で農家や田畑との接点がほとんど無く、国産農産物や農村を、積極的に評価・支援する動きは弱い。すなわち、農業や農村にはスポットライトが当たらず、プレイヤー（担い手）もサポーター（支持者）も圧倒的に不足している。

しかしながら、逆に今まで目を向けられなかっただけに、農業や農村に注目する人が増えれば、国産農産物や日本農業への評価が高まる可能性がある。国産農産物の選択的な購入や、家庭菜園、農家や農村との交流を通してプレイヤーやサポーターが増加し、日本農業や農村が活気を取り戻す可能性がある。そこで本項では、日常生活の中で農業や農村との関わりを深めるきっかけとなる、具体的な方法や視点を紹介したい。いわば「農」の入り口の紹介である。

(1) 自宅にある入り口

「家庭菜園に興味はあるが、やる場所がなくて」という人は多い。しかし最近では、さまざまな商品や便利グッズが増えてきて、誰でも自宅で気軽に、野菜や果物などを育てることができるようになってきた。

先日、知り合いの農家から椎茸の菌床を譲り受け、霧吹きで湿り気を保っていたところ、3日目に収穫することができ、あ

まりの成長の早さに仰天した。ベランダでは鉢植えのブルーベリーが生い茂り、室内では水耕栽培のミニトマトがたわわに実り、携帯電話のストラップの中で野菜の種が発芽する。やる気さえあれば、どこでも農業体験ができる時代だ。

農産物の生産だけではなく、インターネットや電話、FAXで直接生産者に農産物を注文したり、生ゴミを自宅で処理して土に返すこともでき、自宅には無数の「農」の入り口がある。



床の間で育つ椎茸（左が購入1日後、右が同3日後）



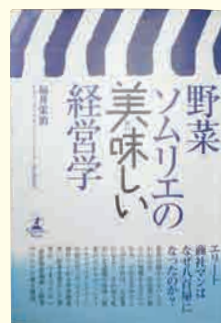
ベランダで育つブルーベリー（左）、水耕栽培のミニトマト（中）、発芽観察ストラップ（右）

コラム 「野菜ソムリエ」というライフスタイル

近頃、ご当地検定からプロとしての技量認定まで、色々な検定が花盛りである。農業に関するものだけでも「農業技術検定」「食農検定」「菜園検定」「農業天気検定」「フードアナリスト」など多数あり、「そば」「コーヒー」といった食材まで含めたら無数にある。ピンとくるものがあれば挑戦してみるのも、「農」の入り口であろう。

その中でも、「野菜ソムリエ」という名を最近よく見聞きする。正式には、「ベジタブル&フルーツマイスター」といい、初級から上級まで3段階ある。長谷川理恵、大桃美代子、山口も

え、王理恵、西村知美、高木美保など、著名なタレントの取得者も多い。内容は真面目なプロ志向で、時間もお金も要する意外と硬派な資格である。それでも志願者が増えているのは、ロハスなライフスタイルの実践を目指す生活者や事業者が増えているからであろう。「野菜ソムリエ」は既に1万人を超えており、安全でおいしい野菜や果実の選別消費を啓蒙することで、日本の農業を側面から支えている。



創設者福井氏の著書

(2) 近所にある入り口

食の安全に対する関心の高まりを背景として、収穫した野菜や果物などの流通ルートが多様化してきている。従来は、選果場へ運ばば、あとは選果、箱詰め、出荷、代金回収はすべて農協任せであった。しかし、それでは生産者が価格を決められず、こだわりのある農産物を売り込むこともできない。一方、消費者も個性の乏しい規格品からの選択を余儀なくされていた。こうした問題を解決する手段として、流通業者と生産者との契約栽培、生産者による直売所の運営、通販や宅配など、市場を通さない流通の割合が、年々拡大傾向にある(図表13)。身近な所にも、いろいろなこだわりを持って食料品を売る店が増えてきた。

例えば、近頃はスーパーでも、市場仕入に加え、特定の生産団体から直接仕入れる契約栽培を拡充し、野菜や肉の売場に「生産者の顔が見える」コーナーを設けている。米屋や直売所では、よりきめ細やかな生産者情報の提供や、消費者と生産者との交流など、「お互いの顔が見える」販

売を進めている。また、有機野菜やノンアレルギー素材、特定産地のみを扱う店や、野菜ソムリエを置いてコミュニケーションを図る店もあり、消費者のこだわりに応じている。

生産農家側も、消費者ニーズの多様化を背景に、さまざまな形で農産物の直売活動を進めている。例えば埼玉県では、1991～2005年の14年間に20%以上も農家数が減少する中、直売活動に参加する農家数は60%も増加し、直売活動での売上は2倍以上となっている(図表14)。

都市部では、自治体や農協などが開設している市民農園の人気の高い。名古屋市では競争率が4倍を超えている(図表15)。自分で作った野菜や果物なら一番安心だし、新鮮でおいしい、究極のこだわり食材ができる。

このように、食料品を調達するルートは多様化しており、こだわりに応じてくれる店や手段が、きっと身近にも見つかるだろう。そして、店員などとのコミュニケーションを通じて、農産物の奥の深さに引き込まれていくのではないかな。近所にも「農」の入り口はたくさんある。

図表13 卸売市場を経由しない青果物、水産物の割合 (単位:%)

		1985	1990	1995	2000	2005
		青果	野菜	12.6	14.8	19.2
	果実	18.6	23.9	36.6	42.4	51.4
	計	14.8	18.1	25.8	29.1	35.2
	水産物	23.1	27.9	32.4	33.8	38.7

(出所) 農林水産省「卸売市場データ集」



直売所の野菜の表示(セールスポイント、レシピ等が添えられている)



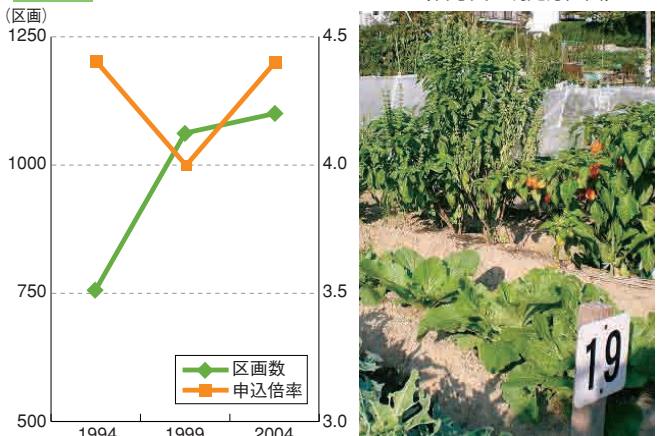
こだわりの店(左:有機野菜、右:南信州産品+野菜ソムリエ常駐)

図表14 埼玉県農家の直売活動推移 (単位:戸,百万円)

販売方法	1991		2005	
	農家数	販売額	農家数	販売額
有人直売所	6,596	6,817	13,945	21,275
無人直売所	158	105	248	71
訪問販売	1,703	687	1,387	271
契約販売	636	4,504	766	3,081
特約店販売	909	254	540	1,416
宅送販売	1,299	59	175	344
朝市・夕市	—	—	624	33
観光農園	—	—	487	411
計	11,301	12,429	18,172	26,903

(出所) 埼玉県農林部資料

図表15 名古屋市の市民農園募集状況 (右写真は明見分区分園)



(出所) 名古屋市「グラフで見る なごやの農業」

(3) 郊外にある入り口

週末など、郊外に少し足を伸ばすと、大小さまざまな農産物直売所がある。それぞれに工夫を凝らしており、品揃えや表示方法などに個性がある。田舎に分け入るほど、大きさや形、傷などで規格外となる商品がお値打ちに購入できたり、収穫直後の泥付き野菜が並んでいたりして産地感覚が強まるのも面白い。直売所の商品には生産者名の表示があるので、自分のフィーリングに合う店や生産者が発見できて、コミュニケーションを深めるきっかけになる。仲良くなれば、耳寄りな情報を教えてくれたり、田畑などでの交流に発展することもあるだろう。

(4) 旅先にある入り口

旅先では必ず現地の市場へ行く、という人が結構いる。地域の風土が最も感じられるからだだろう。地方市場がやや寂れた今、活気があるのはやはり直売所だ。珍しい作物も

あるし、何より全部取れたてだ。地方の直売所は農家が切り盛りしていることも多く、話を聞くのも楽しい。

地方の市町村は、どこも生き残りをかけた観光振興に知恵を絞っていて、風土を生かした「体験メニュー」を競っている。中でも差別化の切り札として「農業体験」に力を入れているところも多い。メニューは参加する人に応じていろいろあり、忘れ難い旅の思い出になるだろう。



都市型の直売所
(愛知県長久手町)



名古屋市郊外にある
農業センター



産地型の直売所
(長野県飯田市)

コラム ワーキングホリデー体験記

飯田市による農家の助っ人募集(ワーキングホリデー)に応募し、見渡す限り果樹園が広がる長野県飯田市座光寺地区で、4日間農家に居候させていただいた。名古屋から高速バスで2時間余り。ゆるやかに広がる伊那谷の向こうに南アルプスを望み、振り返ると中央アルプスが迫る。8月なのに日陰は涼しい。梨の収穫の盛りだ。たわわに実った梨の重みで梨棚が下がり、中腰での作業はつらい。還暦を迎えたご主人のパワーと持久力に脱帽する。オープンカー仕様の軽トラも大活躍だ。お腹の虫が鳴いて昼食の時間となる。ごはんもおかずもてんこ盛り、梨も桃もりんごも、みんなもぎたて。力仕事をしたので、何を食べてもとてもおいしい。お腹が一杯になったら昼寝、たっぷり1時間は寝る。朝昼晩

の食後と10時と3時、1日5回はよく休んで体力を回復させる。午後からは畑の草取りだ。生ごみ捨て場の草をどけてびっくり、かぼちゃが山ほど出てきた。生ごみの中の種が芽を出したらしい。「肥やしがいいからね」と奥さんが笑う。五右衛門風呂でさっぱりした後のビールがうまい。ご主人とのスキー談義は尽きず、夜は更けてゆく。

自然に囲まれて、自然なリズムで働くことの、何と楽しいことか。わずか4日の滞在なのに、飯田は心のふるさどになった。楽園のような、この美しい果樹園には後継者がいない。しかし、ご夫婦の表情は明るい。1年前、私と同じようにお世話になった若者が夫婦で近くに寄り住んできたからだ。彼らは体ひとつでやってきたが、回りの世話好きな農家にかわいがられて農業で生きている。ワーキングホリデーが生んだ希望であろう。



果樹園仕様の「オープンカー」



生ごみがかぼちゃに変身



受け入れ先のご夫婦と

(5) 週末という入り口

職場や学校での週休2日制の定着や、健康志向の高まり、平均寿命の伸びもあり、週末ごとにスポーツなどで体を動かす人が増えている。確かに、スポーツをすると体調が良くなるし、仲間とのコミュニケーションがはずんで、スカッと爽やかな気分になる。しかし、スポーツは苦手という人や、場所や仲間の確保という問題もある。そこで、農作業をアウトドアスポーツと捉えてみてはどうだろうか。もちろん、全身運動になるし、太陽のもとで広々とした大地を見渡しながら汗を流せば気分爽快だ。自宅のベランダや庭でもできるし、市民農園を借りるのもいい。友人や知人と一緒にできれば、もっと楽しい。農家(出身)の親戚や友人に頼んで、利用していない田畑を借りることや、ネット上で仲間を見つけることは、さほど難しいことではない。

健康増進、気分転換、ストレス解消、家族や仲間とのコミュニケーションに加えて、誰でもどこでもお金をかけずに楽しめる。体だけでなく頭も使うし、いろいろな生き物の生命力を実感し、収穫の喜びもある。始めればきっと週末が待ち遠しくなるだろう。

(6) 定年という入り口

定年を迎える団塊の世代の動向が注目を集めている。終戦直後に生まれた団塊の世代は、幼い頃に農業を手伝った経験がある人が多く、期待を込めて「団塊帰農」現象を

予測する人もいる。連合が3大都市圏の組合員5万人に実施した調査(2004年)で、50代の回答は、「ふるさと暮らしをしたいと思う」(42.5%)が「思わない」(36.1%)より多く、全世代中でも最多だった。また、ふるさとでの仕事としては、「農業」(37.1%)が最も多かった。しかし、同調査でふるさと暮らしの際に「仕事をしながら暮らしたい」との回答は30.4%に止まる。サラリーマンから農業経営者への転職を期待するのは現実的ではないにしても、「農」の入り口に足を踏み入れるシニア層の増加は十分期待できるのではないか。

仮に、団塊の世代680万人のうち、10%の68万人が平均100m²耕すと、その総面積は68km²で山手線内側より若干広い。また、団塊の世代全員が年間一人10万円ずつ輸入から国産へ農産物購入を変化させると、国産農産物市場は6,800億円拡大する。団塊パワーに期待したい。



天日干した稲の脱穀(日進市にて)

コラム 援農ボランティアを育てる「なごやか農楽校」

名古屋市天白区の「名古屋市農業センター」には、隔週の土曜日になると30人ほどの老若男女が集まってくる。年齢層は20~60代と幅広いが、60歳前後の方が多い。彼らは、「なごやか農楽校」の第8期生である。

10年ほど前、名古屋市の女性職員Aさんは、後継者もおらず、高齢のため作業意欲も衰えていく多くの農業者と、年々荒廃が進む農地という現場の窮状に焦りを感じていた。「このままでは、10年もすると名古屋から田園風景が失われてしまう」。Aさんは、仕事の帰りや土日に、顔見知りの農家を訪ね歩いた。「私たち市民がお力になるには、どうすればいいでしょうか」。足で集めた生の声を元に、Aさんは企画書を書いた。「効果が検証できない」「行政の役割を逸脱している」。

様々な反対にも屈せず、Aさんは初志を貫徹して「なごやか農楽校」が誕生した。

だから、「なごやか農楽校」は単なる園芸教室ではなく、農家を助ける人材を育成している。卒業生は「なごやか農楽会」という自主運営組織に入会し、援農ボランティアとして活動している。一人の行政マンの熱意が行政の常識を打破し、援農の志を持った人々を生み出し続けている。



「なごやか農楽校」授業風景(左:講義、右:実習)

4 未開拓な「農業ビジネス」

前項では、暮らしの中で農業や農村との関わりを深めるきっかけとなる、さまざまな方法や視点を紹介した。本項では、企業が農業や農村をビジネスの対象として捉える着眼点を提示したい。

(1) 農業生産への進出状況

中小企業の事例では、建設業者の参入事例が目立つ。特に地方の建設会社には、兼業農家の従業員も多く、農業土木工事の実績がある業者も多いことから、公共工事が減少する中、農業参入は自然な流れであろう。但し、建設会社は生産物を自社で活用できないため、販路構築が特に重要だ。その際、品質の確保はもちろん、相当な数量を安定供給できるか否かが、採算確保の鍵となる。岐阜県のある建設業者は、椎茸のハウス栽培を大規模に展開して名古

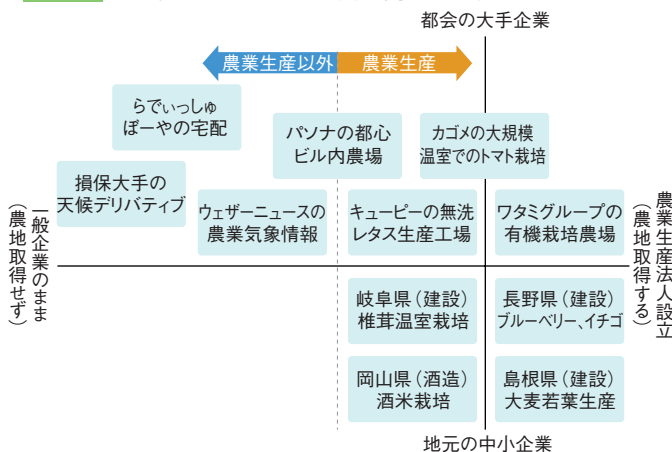
屋市場でも屈指の出荷業者となり、有利な価格で全量販売できる基盤を構築した。

他方、大手企業は、自社グループ内部で、生産物を有効活用することを前提にする進出事例が多い。食品加工業や飲食業では、欲しい食材を自社生産により安定確保でき、その取組を消費者にアピールできるメリットがある。この枠組みで、「自社グループ」を「地域」に置き換えれば、地産地消となる。いずれにしても、品質で他とどれだけ差別化して生産・提供できるかが決めてとなるだろう。例えば、カゴメは生食用完熟トマト栽培を全国展開し、「こくみトマト」というブランド名で販売しているが、品種を地域や季節によってきめ細かく変えている。カゴメは「こくみトマト」の名で品質保証しつつ、全国で完熟トマトの地産地消を行っていると言える。

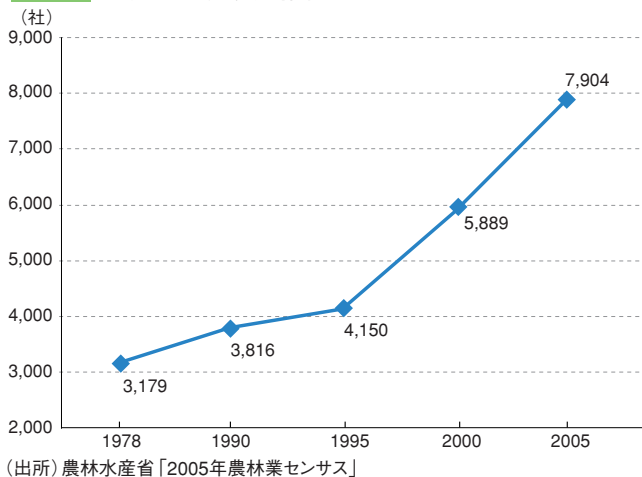
(2) 農業生産以外での進出状況

農協の統廃合が急速に進む中、特に地方において、集荷・

図表16 異業種から農業への進出事例の類型化



図表17 農業生産法人数の推移



オリーブ畑（醤油メーカー）



酒米栽培（酒造メーカー）

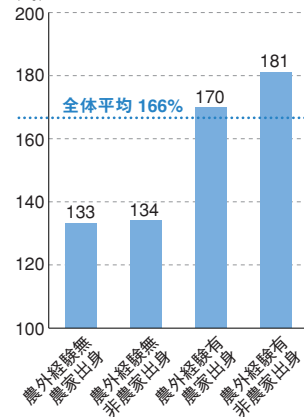


ビアレストラン（農業法人）

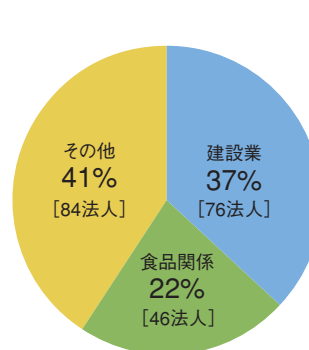


青じそ水耕栽培（建設会社）

図表18 農業生産法人の売上伸率（過去5年間）



図表19 異業種からの参入状況（2007年3月1日現在）



出荷、加工、情報提供、資材販売、産地間連携等、生産者をサポートする機能が弱まっている。全国区での事業者はあるが(図表16)、地域特性に合わせて個々の生産者に働きかける、地方の事業者が不足している。しかし逆に言えば、地方では事業者の参入チャンスが広がっているとも言える。

(3) 農業以外のノウハウが活かせる 農業ビジネス

コメや主要作物の生産・流通管理と、農地法による農地活用制限という日本農業の呪縛にも規制緩和が及び、農業経営にも変化の兆しが出てきた。法人化という動きである。農業生産法人は、まだ法人全体の1%足らずであるが、顕著な増加傾向が続いており(図表17)、最近5年間の売上は平均で166%もの伸率となっている(図表18)。また、代表者の農業外経歴の有無や農家出身か否かで区分すると、

農業外経歴がある方が明らかに売上伸率が高く、農家出身でない方が若干伸率が高い。異業種からの参入も、建設業や食品関連業からを主体に活発化している(図表19)。市場経由率が年々低下し、市場価格が低迷する今日、農協依存の市場出荷だけではとても生き残れない。的確な情報を入手し、生産、流通、販売の各段階で、最適化とリスク軽減、戦略的な連携を追求し続けるためには、法人化による組織的経営が必要だ。農業分野では、組織的な経営や戦略的な連携があまり進んでおらず、農協のスリム化もあり、ビジネスチャンス発掘の余地は大きいと言えよう。

加えて、種苗、肥料、飼料、食品、卸売、小売はもとより、土木、運輸、飲食、宿泊、観光、IT、資材、機械、教育など、農業は極めて幅広い産業と結びつきやすい。きっと、自社のノウハウやネットワークを活かすことができる接点が見つかるだろう。

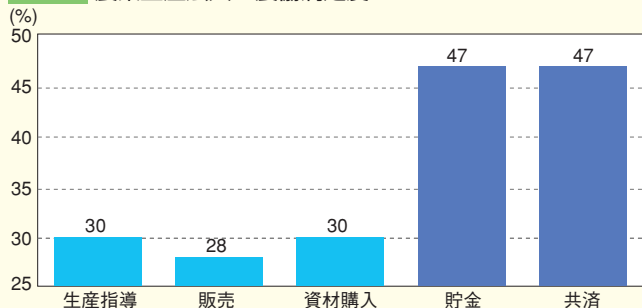
コラム スリム化を進める農協

これまで、種苗・飼料・農薬・資材・農機の購入、集荷・選果・出荷・代金回収、農産加工、倉庫や施設の利用、生産技術の指導や作業受託など、農作業全般に亘って不可欠な存在であった農協が、変革の最中にある。

農協の部門別収支は、農作業に密着した生産支援部門の赤字を、貯金と貸出、保険(共済)といった金融部門でカバーする構造となっている(図表20)。農家の大幅な減少傾向が止まらず、農村部で農作業を核とするコミュニティの縮小、崩壊が進行する中で、地縁・人縁を基盤とする農業生産支援は困難さを増している。また、農林水産省の指導により合併・統合を推進し、ピーク(1975年)の13,314組合から2007年11月には810組合に激減した。そうなると、どうしても生産者と農協との接点は薄ならざるを得ない。そし

て現在もなお、コスト削減を骨子とする「改革」を実施中である。こうした農協の姿勢を農家は敏感に察知しており、生産支援部門に対する満足度は低く(図表21)、有力な生産者ほど農協離れが顕著である(図表22)。逆に、農協のプレゼンス低下で、新規参入者の農業ビジネスの可能性はますます広がってきたと言えるだろう。

図表21 農業生産法人の農協満足度



(出所)日本農業法人協会「平成19年度担い手アンケート調査」

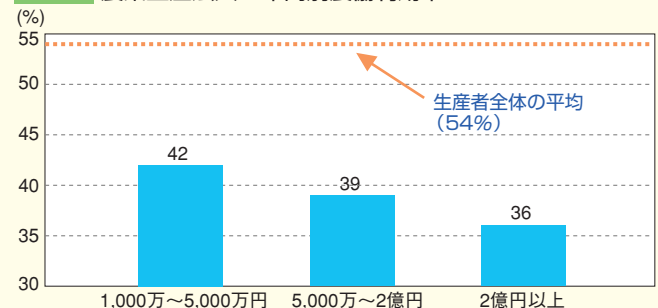
図表20 総合農協の分野別収支推移

(単位:億円)

年	生産支援(非金融)部門						金融部門				
	購買	販売	倉庫施設	加工	指導	作業受託等	計	信用	共済	宅地供給	計
2000	-1,636	-166	328	-112	-1,649	-2,363	-3,600	2,617	3,385	23	6,025
2001	-1,401	-203	343	-139	-1,557	-2,213	-5,171	2,110	3,298	25	5,432
2002	-1,203	-160	382	-116	-1,511	-2,071	-4,678	2,648	3,177	15	5,840
2003	-1,038	-125	336	-89	-1,423	-1,960	-4,300	2,677	3,020	19	5,716
2004	-986	-131	341	-85	-1,353	-1,940	-4,155	2,622	2,877	32	5,531
2005	-943	-137	380	-96	-1,347	-1,907	-4,050	2,855	2,767	29	5,650

(出所)農林水産省「総合農協統計」

図表22 農業生産法人の年商別農協利用率



(出所)日本農業法人協会「平成19年度担い手アンケート調査」

5 | 広がりつつある 「農」のネットワーク

これまで、暮らしや仕事において、意外と身近なところに無数の「農」の入り口があり、そこに一歩足を踏み入れると、農業への理解が深まり、ビジネスチャンスが広がっていることを報告してきた。本項では、農業の現場で多くのプレイヤーやサポーターが相互に結びついて日本農業に新しい息吹が生まれ、力強さを増しつつある状況を、ビジネスモデル構築の参考として報告したい。

(1) 農産物が媒介するネットワーク

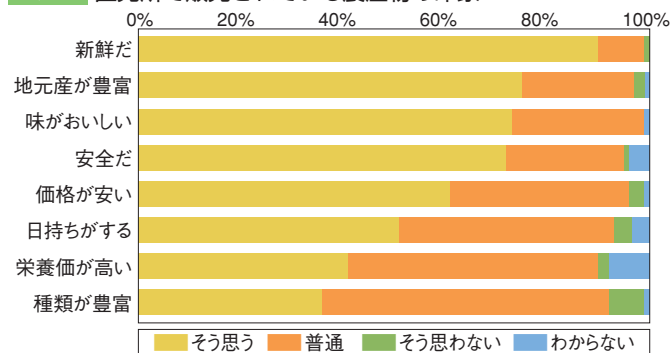
農産物直売所の人気は、全国的に高まっている。2003～2006年の3年間に、直売所数は5,000程度に倍増し、平均年商も1億円に迫っている(図表23)。直売所数は現在10,000近くあるとも言われていることから、5,000億～1兆円程度に上る市場規模の業態に、ここ数年で急成長した。ある調査では、新鮮でおいしい地元産の食材が豊富にあり、直売なので安全で安い、日持ちもして栄養価も高いとして支持されている(図表24)。否定的な印象を持つ来店客は

図表23 全国の農産物直売所数と平均売上高

	2003年	2006年
直売所数	2,224	4,645
平均売上額(万円)	8,906	9,697

(出所) (財) 都市農山漁村交流活性化機構
「平成18年度農産物直売所(常設・有人・周年営業)の運営内容に関する全国実態調査」

図表24 直売所で販売されている農産物の印象



(出所) (財) 都市農山漁村交流活性化機構
「農産物直売所のお客様に対する利用動向アンケート調査」



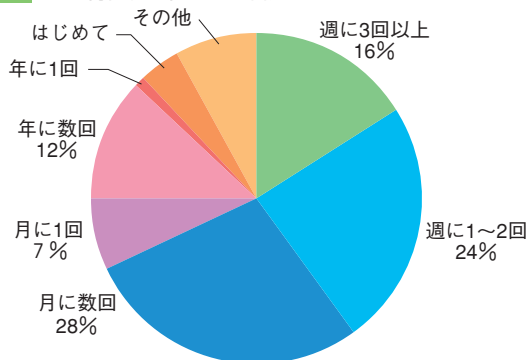
グリーンツーリズムを交えた酒米栽培(愛知県)
(出所) 関谷醸造株式会社HP

極めて少ない。利用者の40%は週1回以上、75%は月1回以上来店しており(図表25)、直売所を接点とした生産者と消費者の交流は活発だ。

(2) グリーンツーリズムが育むネットワーク

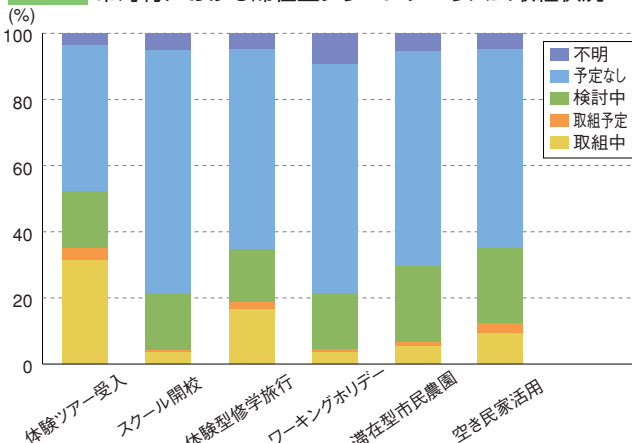
グリーンツーリズムとは、緑豊かな農村地域の自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動である。従ってグリーンツーリズムには、農業体験など、農村の暮らしに根ざした体験や、都市と農村の住民同士のふれあいがある。そこから継続的な交流に発展していくことも多い。愛知県の山あいにある酒造メーカーは、過疎化と高齢化による地元産酒米の生産量減少を「地酒」存続の危機と考え、酒米の自社生産に乗り出した。これに消費者を巻き込み、コメ作りから清酒製造まで体験するグリーンツーリズムとして実施し、ファン層の拡充と従業員教育にも効果を上げている。農家にとっての生業であり日常である農業が、見せ方次第でユニークな観光資源となる。農村を舞台とした自然体のふれあいが、静かに広がりつつある(図表26)。

図表25 農産物直売所への来店頻度



(出所) (財) 都市農山漁村交流活性化機構
「農産物直売所のお客様に対する利用動向アンケート調査」

図表26 市町村における滞在型グリーンツーリズム取組状況



(出所) 農林水産省「食料・農業・農村白書(平成20年版)」

(3) 「援農」がつなぐネットワーク

名古屋市に隣接する市町村には田園風景が広がっているが、よく見ると利用されずに放置されている田畑も多い。こうした田畑に注目し、農家に働きかけてボランティアで週末などに耕そうとする人々が、横のつながりを広げつつある。例えば3年前に発足した「日進野菜塾」は、既に会員が60名を超え、農家との信頼関係を深めつつ、3,000坪を超える休耕農地を復活させている。また、10ページで紹介した飯田市のワーキングホリデーは、リピーター率が6割以上ある。年々参加者も増加しており(図表27)、飯田市に移住して就農した人も20組を数え、着実にネットワークを広げつつある。



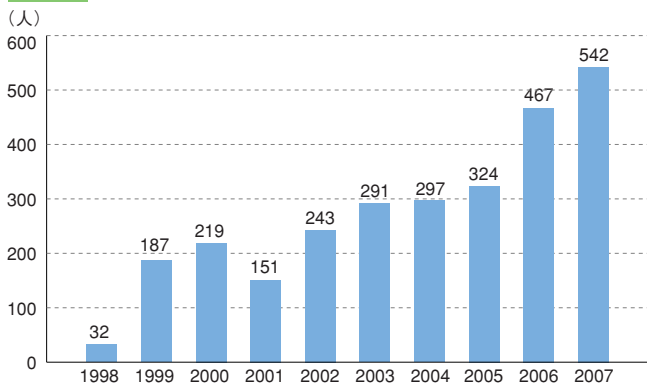
援農グループの呼びかけで稲刈りに集まった人々



(4) 「就農」から広がるネットワーク

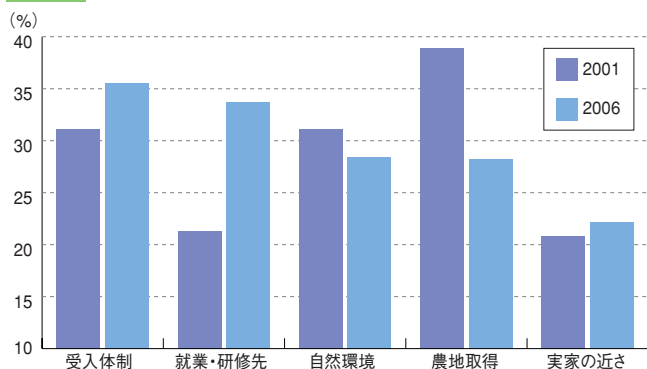
2年前、飯田市のワーキングホリデーに参加したAさん(32歳)は、何度もその農家(Bさん)に居候に出かけ、1年前に脱サラしてBさんの近くで就農した。Aさんの農業への真剣さを感じ入ったBさんが、農地や住居の確保から市役所や農業委員会との調整まですべて引き受けたからだ。気立がよくて若いAさん夫婦は、今やご近所のアイドルだ。毎食のように誰かの家に招かれ、頼みもしないのに、冷蔵庫や機械、出荷の名義まで貸してくれる。おかげで立派に農業で生計を立てている。就農で最も大切なのは「やる気」だ。そしてその「やる気」を受け止めて支える体制も必要だ。データもそれを示している(図表28)。

図表27 飯田市ワーキングホリデーの参加者推移



(出所) 飯田市HP

図表28 就農地域の選択理由



(出所) 全国農業会議所「新規就農に関する実態調査」

コラム 農コミュニティ ～屋上緑化とベランダ菜園～

最もお手軽なネットワークと言え、**「コミュニティ」**と呼ばれる、インターネット上の同好の士の集まりであろう。

例えば京都府は、府庁屋上を大規模に緑化し、環境政策等に活用したり、WEBで**「京緑隊」**を募集し、野菜栽培に取り組んだりしている。また、スタジオジブリ関連会社が事務所の屋根を草で覆ったところ、WEB上で広まり**「草屋」**という観光名所となった。最近ではベランダ菜園のWEBコミュニティが急増している。農コミュニティなら、WEBもリアルも気軽に楽しめる。



京緑隊
(出所) 京都府庁HP



「草屋」の施工風景
(出所) 山田建築研究所HP

コラム 援農の新しい形 ～「日進野菜塾」～

愛知県が募集した「団塊世代提案型 地域づくりモデル事業」の企画から「日進野菜塾」は生まれた。「日進野菜塾」は、立ち上げ時の目標として以下の4点を掲げている。

- 1.農業の場の提供による都市住民の「やりがい」づくり
- 2.地元農家の技術伝承と「休耕地の有効活用」
- 3.都市住民と近郊農家との新しい協働、関係づくり
- 4.収穫した野菜の有効活用（「おすそ分け」）

農家の指導を仰ぎながら、無農薬、有機栽培を貫き、人海戦術で地道に休耕地を耕してきた。作業開始から3年が経過し、口コミで会員（年会費1万円/1家族）も60名を超え、周辺農家との協力関係も深まって、合計3,000坪もの農地を任されるまでになってきた。最近では、愛知県や名古屋市などからも継続的に事業を受託しており、農業だけでなく、子育て、環境、福祉、栄養など、さまざまな専門家や団体とともに活動する場面も増えている。

家庭菜園のような区画制ではなく、全員共同で作業するスタイルだ。これが楽しさの源泉になっている。皆で知恵と汗を出し合いながらやることで、どんな単調な作業も楽しく

感じられる。ひとりではとてもできないことが可能となり、毎回ささやかながら収穫物のおすそ分けにもあずかれる。まるで高校生の部活動の乗りで、老若男女が嬉々として集まり、自然に会員が増えて大きな力が育ちつつある。参加の動機はさまざまだが、ともに汗を流すことで、次第に思いはひとつになる。それをある会員はこう表現している。

「坂本竜馬が海援隊なら、俺たちは日本の農援隊だ」。



指導農家の方(左)と熊崎代表(右)



ママ、頑張れ



稲わらは堆肥と交換



ある日の作業風景（作業前のミーティング⇒人海戦術での作業⇒休憩&つまみ食い⇒おすそ分け（写真は1人分））



コメ作り作業風景（田植え《飛び入り歓迎、来る者拒まず》⇒稲刈りへのカウントダウン⇒稲刈り&はざ掛け《天日干し》）



納屋建設風景（材料は建築廃材、棟梁は農家）

道具の手入れ（蓋付きのびんと歯ブラシが活躍）

6 農業・農村の再生に向けて

世界的に食料需給がタイト化しつつある中で、日本農業は存亡の危機にあり、食料の安定確保すら危惧される。農業再生のためには、まず、農業の現場にかかわるプレイヤーや、流通や消費を支えるサポーターを増やさなければならない。これは他人事ではなく、自分や家族の安全に直結する問題である。行政への不満を口にするだけでは、事態は好転しない。だから、個人または企業人として、国民すべてが「農」を暮らしやビジネスに取り入れる「国民皆農社会」を目指したい。

そのための「農」の入口は、暮らしの中に無数にあり、かつ奥が深い。また、農業は企業経営の視点でのイノベーションが進展していない。農協もスリム化の最中にある。これは、新規参入には絶好の環境であり、実際、農業法人の成長性は高く、農業以外の経験が強みとなる。ぜひ、自社のノウハウやネットワークが活かせる、農業ビジネスに目を向けていただきたい。

週末ごとに土に触れる生活をしていると、植物の根や茎の繁茂を促す大地の力を実感し、作業を通して自分も大地から力もらっていると感じる。そうした大地の力に惹かれるようにして、「農」に関心のある人や企業が自然にネットワークを形成していく。こうしたネットワークが、農業にもイノベーションをもたらしつつある。

「農業の産業としての自立」が叫ばれて久しいが、農業経営の大半は高齢者による個人経営のまま。その原因のひとつは、ネットワーク化という視点の欠落にある。日本農業の競争力強化を議論する場合、個々の農業経営体の規模拡大のみが強調されている。その視点に立てば、小規模な生産者を切り捨て、大規模農家に集約するという「効率化」の流れしか見えない。そうではなく、生産、加工、流通、販売にかかわる事業者と、それを支える消費者との接点を広げることで、初めて新しい流れが生まれる。

日本農業は、消費者と生産者との接点が年々希薄化するに任せ、外部からの農業ビジネス参入を事実上排除してきたことで、孤立化してしまった。そうした反省に立ち、消費者に身をもって農業の大切さ、奥深さを体験してもらい、国産農産物を納得して選んでもらえるよう、消費者を味方に引き込む努力が何よりも大切だ。そのためには、個人経営を脱して、生産者や事業者が縦横に連携し、企業的な視点で売

れる農作物を作り、ロスを最小限にする販売の仕組みを構築する必要がある。

生産者⇒農協⇒卸売市場という従来からのルートでは、生産者に価格の決定権がなく、ほとんど利益が出ない。そうした問題点を解決する手段として、流通形態が多様化してきた。中でも存在感を高めているのが直売所だ。直売所が核となり、食品加工、農業体験、レストラン、宿泊施設、温浴施設など、複合ビジネスが育ちつつある。2000年にオープンした愛知県の「げんきの郷」は、農産物市場、園芸店、体験農園、レストランや天然温泉を併設して、観光スポットとしても定着した。2007年の来店客は200万人、年商は23億円にも上る。三重県の「伊賀の里モクモク手づくりファーム」は食肉加工場から体験型の農業テーマパークへと進化し、自然食レストランも展開して、2006年の年商は38億円を超えた。

これらの施設は、数百戸に上る農家とネットワークを構築し、それを上手にプロデュースすることで成功した。農業ビジネスは、同業者や川上、川下、消費者を含む、こうしたネットワークの構築力とそのプロデュース力にかかっているが、それは通常のビジネスと変わらない。農業以外で培ったネットワークやノウハウが、農業ビジネスに活かせる所以である。こうしたネットワークこそ、日本農業・農村再生の原動力になると信じている。

(2008.11.18) 共立総合研究所 調査部 笠井博政



げんきの郷 (左:全景、右:直売所内部)



伊賀の里 モクモク手づくりファーム (左:ミニプラのショー、右:ビアレストラン)

