

増え続ける耕作放棄農地 企業の農業参入の促進を

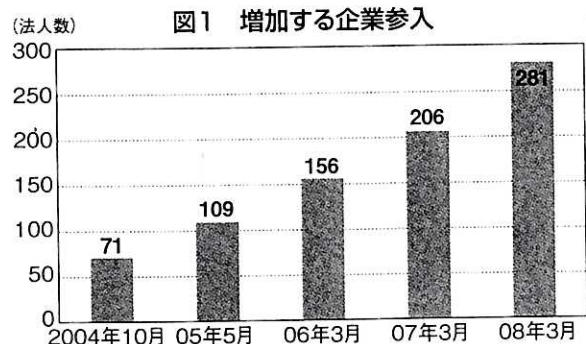
農業従事者は高齢化し、耕作放棄地も増えている。企業の農業参入はこれを改善する方向へ導く。

しづや 渋谷 往男
三菱総合研究所経営コンサルティング本部主任研究員

農業の担い手が高齢化により急速に減少することに伴い、農地の荒廃が進んでいる。戦後、昭和1ヶタ世代が農業従事者のピークを占め続けた。しかし、この世代は現在73歳から82歳となり、そろそろ農業を続けるのが困難になってきている。

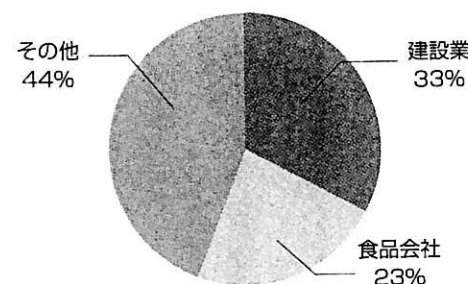
耕作放棄地は2005年の農林水

食料自給率を上げる



(注)2008年3月のデータは、特定法人貸付事業後農業生産法人への移行も含む(出所)農林水産省「企業の農業参入状況」

図2 参入企業の業種



(注)2008年3月1日現在。特定法人貸付事業後農業生産法人への移行も含む(出所)農林水産省「企業の農業参入状況」

産省調査では00年に比べてほぼ倍増し、埼玉県や滋賀県の面積に匹敵するようになった。耕作放棄地は、生産力低下にとどまらず、害虫や雑草の種子の発生源となり、周辺の農業環境も悪化させる。

これまでは高齢化などで耕作できなくなった場合は近隣の若手農家などに農地を貸して耕作してもらっていたが、農業者全体が高齢化しているため、農地の借り手も見つからない

建設業の農業参入

戦後改革の1つとして農地改革がある。戦前の大地主と小作人という関係を民主化するために実施された。この改革を法律として定着させたのが今日まで続く農地法である。この法律は農地についてその耕作者みずからが所有することが最も適当とする「耕作者主義」を基本的な考え方としている。

耕作者主義については、企業の農業参入を妨げるものとして、規制緩和と議論でしばしばやり玉に挙げられ、改革派と保守派の間で激しい議論が交わされた。企業が農業を行う場合、企業が農地の所有者になり従業員が耕作者となるが、農地法は基本的にこの関係を認めていない。

1999年に農業基本法を食料・農業・農村基本法に改める際にも大

があり、農家出身の従業員も多いことがある。だがそれ以上に、公共事業の急速な減少により建設業界の経営が厳しくなっているという理由のほうが大きい。建設工事が減少すると、抱えている社員が余剰状態になる。繁忙期が重ならないこともあり、余った社員を農業生産に振り向けることで、雇用を維持しつつ新たな分野を確立したいのだ。

事業継続のための高付加価値戦略

企業が農業に参入して、利益が出ているのかという点に多くの人々の関心が寄せられる。しかし、多くの企業は株式公開とはほとんど縁のない小規模企業であり、ディスクロージャーは行われない。また、社長や従業員が相当な時間を農業部門に投入しても、給与は本業からの儲けで支払われる場合が多く、正確な収支は把握もされていない場合が多い。

筆者が農業に参入した建設業(農地リース方式に限らない)に対して06年に実施した調査では、おおよね収支均等または利益が出ているのは全体の26%にとどまっており、67%は参入したものの現状では赤字となっている。参入企業のほとんどは赤字と言われているがあるが、この結果もそれを示している。

また、利益が出るまでの年数も重

要である。農業参入時の黒字化見込み年数は平均で5・4年となっており、新規事業として農業に参入する際には、ある程度時間がかかるとの認識は持っていることが分かる。しかし、黒字経営企業(収支均等を含む、以下同じ)に対して、実際に黒字になった年数を聞くと参入から7・6年となっている。参入企業が当初思うよりは黒字化までに年数がかかっている。その間、農業部門で赤字が継続するわけであり、本業にそれだけの体力が必要ということだ。

この他の特徴として、取り組む作物は、コメ、麦、そば、大豆など一



重機を使った土地整備も、建設業者なら慣れたもの

般的な作物だけでなく、ブルーベリーなど新しい作物や、ダチョウの飼育などへの挑戦が見られる。また、タラノメ、大麦若葉(健康食品原料)、ジュンサイ、ハーブ、エゴマ、さらにはハナビラタケなどの特殊なキノコ類など、ニッチ型の作物への取り組みも多い。販売先では、小売店(34%)、農協以外の流通事業者や加工業者(30%)、宅配等で消費者に直接(28%)という3つの経路が多くなっており、農協は19%にとどまる(複数回答)。

企業で農業を行う場合は、家族経営ではみられない従業員への給与とコストが発生する。また、短期間に黒字転換も図らなければならない。そこで、製品、流通の両面から高付加価値を追求する取り組みを行っているのだ。

構造改革特区制度をいち早く利用して農業参入を果たした、新潟県上越市でコメ作りを行う頸城建設は、生産面では土づくりに工夫を凝らした有機栽培に取り組み、非常に食味の高いコメを生産している。販売面では百貨店の伊勢丹との取引に成功し、その実績で高級スーパーや料亭などにも有利な単価で販売している。現在は自社生産だけでは供給が間に合わないため、同じ生産方法でコメづくりを行

う仲間を周辺地域に増やしており、建設会社によって耕作放棄地が新たな地域産業の舞台としてよみがえっている。

参入企業をつぶれかけた工場(農地)を再生して、新たに人を雇い、生産を再開してくれる存在と考えると、これほどありがたいことはない。企業の農業参入をいまだに拒む地域も少なくないが、企業参入を支援することのメリットは大きい。儲からなければすぐ撤退するのではと懸念する声もあるが、信用を失えば本業にも影響するためか、大半は「本業が継続限り農業も継続する」という。

また、企業は単に農家に代わって耕作放棄地を耕し続けてくれるだけの存在ではない。マーケティング力を通じて、消費者ニーズにきめ細かく対応することで、消費者に受け入れられる食料を生産・供給することが期待できる。そうすることでより国民のニーズに合った農業生産が行われ、食料自給率も向上していくことになる。

日本農業には新たなビジネスとしてのチャレンジが待たれている。チャレンジ精神には個人も企業もない。地域を預かる自治体と国民の食料を預かる政府は、定着しつつある企業の農業参入に対して、連携してより積極的な支援を行っていくことが求められる。