農地制度改正後の企業の農業参入における質的変化

―販路確保を前提に積極化する参入意向―

主任研究員　室屋有宏

1　はじめに

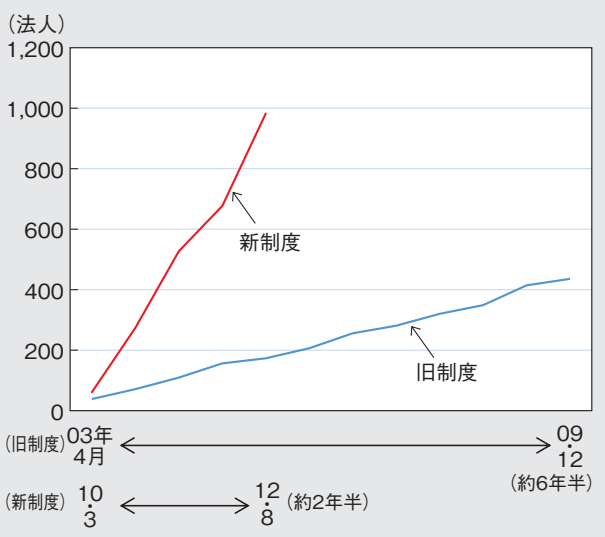
農業生産法人以外の企業等（以下「企業」）に対して、農地を借りて農業参入することを原則自由化した2009年12月の農地制度改正から３年近く経過した。制度改正後に参入数が大きく伸びるなかで、どのような質的変化がみられたのか、その背景とともに以下で考察してみたい。

2　参入の大幅増と業種の多様化

企業の農業参入の動きについて、新・旧農地リース制度で比較したのが第１図である。旧制度の期間約６年半の参入数は436法人であったのに対して、農地制度改正後は約２年半で982法人と大幅に伸びている。

参入数の大幅増とともに、参入企業の業種構成も変化している。旧制度のデータでは、業種は「建設」「食品関連」「その他」の３種類で公表されており、09年９月時点でそれぞれの割合は36％、19％、43％だった。

第1図　農地リース方式による参入数の新旧制度比較



資料　農林水産省データから作成

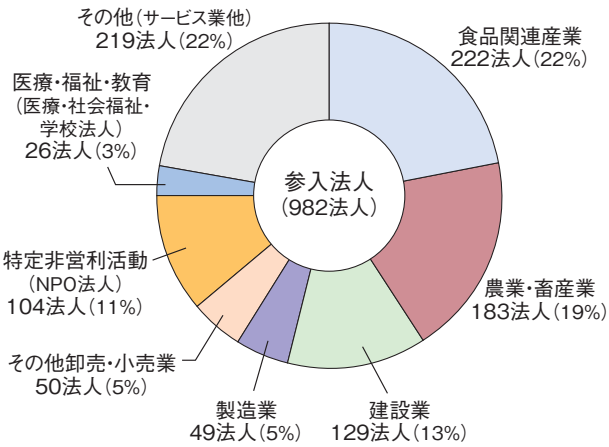
新制度の下では、食品関連の割合が22％に上昇する一方、かつてシェアが最大であった建設業が13％へ大きく後退している（第２図）。他方で、JAおよびJA出資法人が該当する「農業・畜産業」が大きなウェイトを占めるようになっているほか、多様な業種からの参入が起きるようになっている。

3　なぜ参入が増加するのか

ではなぜ企業参入がここにきて増えているのか。依然として日本農業そのものは縮小傾向にあり、また農業の収益性が改善されたというデータが示されている訳ではない。にもかかわらず、企業が積極的な参入意向を示しているのは、たんに規制緩和や自治体の支援体制等だけでは、合理的な説明がつかないだろう。

この場合、何らかのかたちで企業にとって農業経営に関する「期待」が変わったとみるのが自然であろう。その最大の要因としては、事前に一定の「販路確保」を行ったうえで参入する事例が増加していることが考えられる。

第2図　新制度による農業参入の業務形態別比率（2012年8月末現在）



出典　農林水産省HP

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

販路確保を前提に、農業参入を新規事業として積極的に位置づける動きが、食品関連だけでなく製造業など従来ほとんど実績のなかった業種にまで広がったことで、参入数全体の大幅な増加につながっている構図が浮かび上がってくる。これと対照的に、農業参入で先行していた建設業では、従来から指摘されていた販路の問題が強く認識されるようになり、参入意向の低下や躊躇につながっているといえよう。

この点について、企業参入の専門部署を設置し、さまざまな参入支援を行っている熊本県(担い手・企業参入支援課)の動きを少し紹介したい。同県でのここ１年位の企業参入の変化としては、①食品関連、製造業の増加、②企業規模の大型化、③県外企業の参入・問合せ増加、等が挙げられる。

販路については、事前に確保している企業が多く、このなかには既参入企業が販売先を紹介するような事例も含まれるという。また農地については、企業側に希望があれば県の方で必要に応じて市町村に照会し情報の提供を行っているが、企業と地権者が相対で契約(農地法３条・解除条件付)するケースが多い。

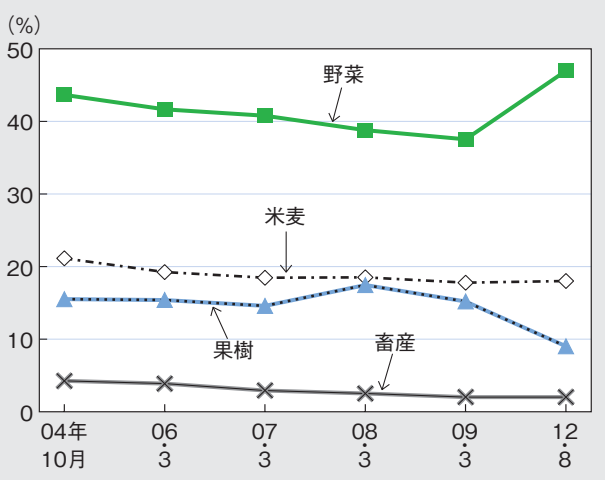
熊本県の状況からも、規制緩和や農地流動化等を受けて、経営体力が比較的ある企業が販路を確保し、新規事業として積極的に農業に参入する姿がみえてくる。

4　野菜のシェアが一段と上昇

農地制度改正により参入のハードルが低くなり、参入数の増加と業種の広がりがみられるなかで、栽培作目では野菜の割合がいちだんと高くなってきている(第３図)。

野菜の場合、①栽培方法が定型化されている、②年数回の収穫が可能、③根強い地場産野菜のニーズ、など企業が雇用労働に基づき農業経営を行うのに適応的な作目であり、野菜栽培への集中は自然な帰結ともいえよう。他方で稲作や果樹のように収穫までに時間を要し、特に果樹では高度な技能の蓄積も必要なこと等から、企業にとっては野菜と対照的に参入が起きにくい作目との性格が強くなっている。

第3図　参入法人の営農作物の推移



資料　第1図に同じ

5　地域農業へのメリット波及の期待

企業の農業参入は、かつての自治体主導の色彩の濃い時代から、次第に企業自らが戦略、ビジネスモデルを持ち、参入する時代へと変化してきている。

農地制度改正とは別に、08年秋のリーマン・ショックによる急激な景気後退や近年の円高等により、企業は国内での事業領域が長期的に狭くなるとの認識の下で、自社の持つノウハウ・情報、強みを農業というフロンティアに生かし、雇用を維持していく意向は強まる環境にある。こうした背景からも、今後もさまざまな業種からの農業参入が続いていく可能性が高いと考えられる。

既に多くの企業が農業に参入し、たんに耕作放棄地の解消や雇用増につながっているだけでなく、新規作物の振興や新たな栽培技術の採用、地域ブランド化などに取り組む事例もある。企業が長期的な営農に責任を持つとともに、その知識・ノウハウ、情報等を地域と共有し、地域農業や農村コミュニティ全体の活性化に波及させていく取組みが、今後は一層期待されてこよう。

(むろや　ありひろ)