

日本再興戦略(農業分野)とJAグループの取組み

常務取締役 斉藤由理子

1 日本再興戦略における農業分野の位置づけ

安倍首相が「アベノミクス解散」と称した昨年12月の衆院総選挙は自民・公明の連立与党が定数の3分の2超の議席を獲得した。選挙に大勝してもアベノミクスが評価されたわけではないとの見方もあるが、今後も大きな方向としてのアベノミクスが継続することは間違いない。

アベノミクスの第3の矢「成長戦略」すなわち日本再興戦略は、2013年6月に閣議決定し、14年6月に改訂された。成長への道筋として、企業に眠る資金を投資に向かわせるため、投資先が民間の創意と工夫が十分に発揮できる仕組みとなることが重要であり、そのためには規制で縛られていた分野を変えることを必要とする。

農業分野は、まさにそうした分野の一つとして、やり方次第、すなわち規制・制度改革等によって成長分野への転換が可能とされた。これらの分野には、新たに民間の資金、人材、技術、ノウハウを呼び込み、意欲ある人材や新技術が積極的に投入されて、新たな日本経済の成長エンジン、雇用機会を提供する産業とするという。

2 農業分野の5つのKPI

日本再興戦略では、達成すべき成果目標(KPI)を定めてPDCAやトップダウンの検証を行う。農業分野のKPIは、改訂版では、①今後10年間で全農地面積の8割を担い手に集積、②今後10年間で担い手の米の生産コストを現

状全国平均比4割削減、③今後10年間で法人経営体数を10年比約4倍の5万法人に、④6次産業化の市場規模を現状の1兆円から20年に10兆円、⑤20年に農林水産物・食品の輸出額を1兆円(現状約4,500億円)、の5つである。当初KPIだった「農業・農村所得の倍増」は、改訂版ではKPIではなくなったものの、農業の成長産業化により目指すと明記されている。

3 農業・農村の所得倍増とKPIの関係

農林水産省「『農業・農村の所得倍増』に向けた対応方向について」によって、農業・農村所得倍増とKPIの関係を整理すると、輸出等による農業生産額の増大および農地集積の加速化等による生産コストの削減を通じた農業所得の増大と、6次産業化等を通じた農村地域の関連所得の増大によって、農業・農村所得が倍増するということである。

大まかに試算をしてみると、12年の農業・農村所得合計は3.4兆円で、このうち農業所得の3兆円に毎年2%の経済成長の効果を見込むと10年間で0.7兆円程度増加する。一方米の生産費4割削減は0.5兆円に当たり、また6次産業の販売額を1.5兆円から10兆円に拡大することで、6次産業の所得は2.4兆円増加する。これらを合計すると所得の増加は $0.7 + 0.5 + 2.4 = 3.6$ 兆円で、12年の農業・農村所得とほぼ同額となり、6次産業所得を中心に10年間でほぼ倍増する。なお、農林水産物・食品の輸出額のうち加工食品や水産物を除く農産物は1,500億円程度にすぎず、その所得拡大効果はさら

に小さいため、試算からは割愛した。

4 農業・農村所得倍増の対象

ところで、この農業・農村所得倍増は、農業者全員の所得増を目指すものではない。米の生産コスト4割削減については、すでに15ha以上の大規模経営のコストは全国平均を3割下回っている。したがって、今後、多くの農業者が経営の転換や規模縮小あるいは離農して、大規模経営に8割の農地を集中させていくプロセスこそ生産コスト削減の中心である。

一方、生産性の飛躍的向上や成長産業化の推進役と期待されているのは、農外から参入する企業であるし、農業の投資効率が改善すれば、投資家にメリットが生まれる。

また、上記の試算からも農業・農村所得倍増の中心は6次産業所得と考えられるが、日本再興戦略における6次産業の定義は曖昧である。KPIの出発点である10年の1.2兆円は、農業者や農協等による農業関連産業の年間販売額に地場産率を乗じたものだが、12年実績は農業関連産業と漁業関連事業の総販売額に変わり、農林水産省「農林漁業の6次産業化の展開」では医療・介護サービス、エネルギー産業、IT産業など幅広い産業との連携も6次化として示されている。

5 JAグループの取組み

JAグループでは、かねてからKPIの5項目、①農地の集積、②生産コスト削減、③法人化、④6次産業化、⑤輸出拡大、のそれぞれの推進・支援に取り組み、12年のJA全国大会の決議にも盛り込まれている。さらに14年3月の「営農経済革新プラン」、14年11月の「JAグループの自己改革」、その中で示された「農業所

得増大・地域活性化応援プログラム」において、関連するメニューは拡大しており、取組みは今後加速化すると見込まれる。

これらのJAグループの取組みについては、次の2つの点に注目したい。

第1は、大規模経営を含めて幅広い農業者、品目を対象にしていることである。KPIのうち農地の集積や生産コストの削減は土地利用型の大規模経営を主な目標としたものといえようが、地域農業はそれだけでは成り立たないし、地域がなければ大規模経営も成り立たない。

第2は、6次産業化に関して、JAグループが外部の様々な主体との連携を志向していることである。6次産業化の市場ではJA(連合会等含む)による加工、直売所が7割のシェアを占めており、今後もJAの主体的な取組みや、農業者の加工等への支援は必須であろう。しかし、食の市場規模は年々縮小しており、食品だけでなく、農産物を核に観光、福祉、生活など広がりを持つことで6次化市場は成長する。そのためにも、JAグループが、地域を中心に様々な主体と連携し、農業者につないでいくという役割が重要になる。曖昧な6次化が、幅広く奥行き深いものになって、地域の所得増加につながるだろう。

JAグループは、これまで大規模経営や一般企業との連携には消極的な面もあったと思われるが、農業の成長産業化や6次化は、JAが開かれた協同組合としての性格を強める好機でもある。また地域に根付いた協同組合として、長期的な視点から農業と地域の振興に取り組むことが可能であり、今まさに求められている。

<参考文献>

・室屋有宏(2014)『地域からの六次産業化』創森社

(さいとう ゆりこ)