

コロナ禍の農業法人への影響と対応

— 農業生産法人 有限会社アクト農場の事例 —

主任研究員 小針美和

1 有限会社アクト農場の概要

茨城県のほぼ中央、水戸市に隣接する茨城町にある有限会社アクト農場(以下「アクト農場」)は、2002年に法人化した葉物野菜の生産・販売を主力とする農業法人である。

360棟を超えるハウスを保有し、小松菜、水菜、春菊等、常時10品目以上の野菜を生産・販売する。土壌分析にもとづく土づくりをはじめ、農産物の質・量の安定とともに環境に配慮した循環型農業を実践しており、07年にはJGAP、その後はASIAGAP(アジアギャップ)も取得、同社独自の生産管理基準を設けて適切な農場管理に努めている。

これらの取組みが信頼の証^{あかし}となり、農産物販売のほとんどは契約取引である。取引先は大手業務用野菜卸会社やこだわり野菜の宅配業者、生協等のロットの大きい業者から地元の個人経営のレストランまで幅広く、先数は40を超える。特定の品目に集中して大量生産するのではなく、多品目を栽培し、顧客からのリクエストに応えることで信頼関係を構築し、規模拡大と経営の安定の両立を図ってきた。

2 コロナ禍での販売状況の変化

コロナ禍の消費者行動の変化は、アクト農場の経営にダイレクトに影響している。巣ごもり需要の発生をうけて、生協や宅配サービス向けの需要は増えたものの、売上の過半を占める飲食店や外食への仕向けが多い業務用卸からの注文は激減、20年5月の売上は前年対比3割減と大きく落ち込んだ。

生鮮野菜は保存できないため、販売できなければ畑にすきこむか廃棄しなければならない。ロスをできるだけ抑制し、販売減をカバーしようと新しい販路を模索、そのひとつが食品スーパーである。東京・神奈川を中心に店舗展開を進める食品スーパーは、事業規模の拡大に巣ごもり需要が加わり生鮮野菜需要が大きく増加、新たな調達ルートを求めており、売り先を探すアクト農場のニーズと合致、取引が実現した。

また、(公社)日本農業法人協会のネットワークを通じて、関西のチェーンストアが展開する生産者・産地を限定した青果販売のラインナップのひとつにアクト農場が選定され、関西にも野菜を出荷している。

さらに、茨城県と茨城県に本社を置く食品スーパーとの包括連携協定のもと、20年6月に県内で運用が開始された青果物の共同輸送の仕組みを活用した販売など、県内外に販路を広げている。合わせて、個人向けECサイト等も活用しながら、消費者への情報発信も積極的に行うなど、幅広い顧客層の獲得にチャレンジしている。

とはいえ、外食消費減少の影響は大きく、それをカバーするまでには至っていない。今後も感染拡大が懸念され、特に飲食向け需要は、年末年始の移動の自粛や忘年会・新年会の中止が減少に拍車をかけることが見込まれるなど先が見通せず、厳しい状況は当面続くと考えている。

3 先を見据えさらなる作付面積の拡大・ 品目多角化

アクト農場では、コロナ禍においてバジルなど用途が飲食店向けに特化している一部品目で作付けを減らしたが、多くの品目の作付けは横ばいもしくは増加させており、トータルでの作付面積は拡大している。

足もとの販売状況には厳しさが残るものの、中長期的には、近隣の農家のリタイアが増えることが想定されるなかで、経営面積を拡大し、産地としての供給力をさらに強化する必要がある。また、このような状況下だからこそ委縮してはいけない。取引先からの信頼を得るためにも、生産に対する積極的な姿勢を示し、「アクト農場は継続的に取引ができる相手である」と感じてもらうことが重要であると考えている。

特に、露地栽培では面積拡大のみでなく新規品目の導入にも積極的である。19年からは新たに根菜の栽培を開始、20年にはニンジン、ジャガイモ、サツマイモ等を13ha作付けている。今後の地域の農地や労働力の賦存状況を踏まえると、少人数で一定の面積をこなせる栽培作物の導入が不可欠となる。また、先が見通せない環境だからこそ、目先を変えたチャレンジで新しい経営の柱を作る必要があるとして、露地部門における人づくり、機械設備の投資も強化する方針である。

アクト農場では、これまでにも、顧客ニーズに合わせた野菜を確実に提供するために、施設(ハウス)、露地、水耕を組み合わせる栽培を行ってきた。今後は、冬でも栽培可能な地域条件とこれまでの土づくりや有機栽培のノウハウを生かした根菜栽培体系を構築し、葉物野菜と組み合わせることで、従来にはない、新しい野菜の大規模複合経営を目指すとしている。



アクト農場での販売プロモーション動画撮影風景
(アクト農場提供)

4 販路拡大における物流確保の重要性

アクト農場では、コロナ禍で危機に直面し新たな販売先を模索するなかで、2つのことを再認識したという。ひとつは、ピンチにおける人的ネットワークの大切さとありがたさ。もう一つは、販路拡大における物流確保の重要性である。

アクト農場は、東京向けの物流は比較的確保しやすい環境にあり、コロナ禍での販路開拓においても、販売店側、もしくはアクト農場で物流を確保できるものは取引につながるケースが多かった。しかし、首都圏でも、東京から先となると直送できる物流ルートを見つけるのが困難となる。実際、京浜地方の小売店から、野菜産地の質・量ともに安定した農産物がほしいという要望があり出荷を検討したものの、物流がネックとなり取引に至らないケースもまみられたという。

関治男代表は「最後に物が運べなければ農業経営は成り立たない。しかし、物流改善は個別の経営努力のみでは解決できないことも多い。今後、物流業界がますますひっ迫していくなかで、農業界も一体となって真剣に検討していく必要があるのではないか」と強調した。

(こばり みわ)