

# ビジネス フォーカス

## 【企業の農業参入】

ような一般法人が参入している  
のであろうか。

農林水産省経営局が調べた1  
712法人の内訳を見ると、食  
品関連産業418(24%)、農業・  
畜産業317(18%)、建設業  
192(11%)、卸売・小売業  
85(5%)、製造業81(5%)、  
教育・医療・福祉(学校・医療・  
社会福祉法人)65(4%)、特  
定非営利活動(NPO法人)1  
85(11%)、サービス業など  
その他369(22%)となつて  
いる。

このように多種多様な業種か  
ら農業へ参入しており、その背  
景や目的もさまざま。参入す  
る企業は大きく分けて3タイプ  
と考えられる。

まず、小売業・外食業を中心  
とした、販売における差別化を  
狙う企業である。

消費者の食に対する関心は高  
く「安全・安心」「新鮮」「健康」  
などさまざまな価値を求めている。  
その中で新たな事業として  
導入されているのが自社農場、

一部出資を含む契約栽培、植物  
工場だ。GAPや有機JASの  
基準に則った自社ブランド農産  
物や加工品の展開、トレーサビ  
リティーの確保、農場直送・自  
社物流による高鮮度維持などさ  
まざまな付加価値でしのぎを削  
っている。

次に農業を参入・成長余地の  
大きい産業と捉えている企業で  
ある。既存のフードシステムの  
非効率や陳腐化が指摘される業  
界だからこそ、情報通信技術(ICT)  
や自動化などによりテコ  
入れできる部分が多いにある。  
そこに新たな手法や技術で成長  
できる大きな余地があるとみて  
いる。産直などの市場外流通、  
生産・卸・小売までの情報イン  
フラ整備、鮮度保持に効果的な  
資機材の導入など、従来の流通  
になかったものを各社が提供し  
ている。

そして三つ目は、農業をビジ  
ネスだけの視点でなく、CSR  
(企業の社会的責任)や遊休資  
産の有効活用と位置付けている

企業だ。単体事業としては短期  
的な利益の確保が困難でも、連  
結経営の中ならば、企業の付加  
価値向上、地域社会におけるプ  
レゼンス向上を目的とした事業  
展開が可能となる。

日本の農業は、従事者の高齢  
化がさらに進む今後の10年間  
で、大きな構造変革を迫られる。  
1947年にGHQの指揮の  
下、日本政府によって行われた  
農地解放によって、約480万  
人に上る自作農家が誕生し、戦  
後70年間の日本農業は、かかる  
個人営農者によって形づくられ  
てきた。

しかし今後、農業が食糧生産  
基盤産業として永続するには、  
機能的な事業展開ができる法人  
(企業)との連携は不可欠な状  
況にある。企業による農業参入  
環境を整え、企業と農業の歩み  
寄りを促進する流れは拡大して  
いくものと考えられる。

(矢野経済研究所)

アグリ・食糧グループ

主任研究員 清水 豊

2009年12月に改正農地法  
が施行され、農業生産法人以外  
の一般法人(企業)についても、  
新規参入の規制が大幅に緩和さ  
れた。これにより、賃借であれ  
ば、農地の適正利用など一定の  
要件を満たすことで、全国どこ  
でも参入可能となった。

一般法人の農業参入は、03年  
4月から法改正があった09年12  
月までの約6年半で436法人  
。これが改正後の09年12月から  
14年12月末までの約5年で17  
12法人へと大きく増加した。  
09年の法改正を受けて、どの