



# 農業再生なくして地域再生なし

---

株式会社日本総合研究所  
創発戦略センター所長  
井熊 均





# 農業再生なくして地域再生なし

---

1. はじめに 農業再生の意義
2. 農産物市場を取り巻く状況
3. 農協・卸売ルートの問題点
4. 再生のトリガーとしての直売所
5. 農業再生に向けた視点
6. ダイレクト流通のメリット
7. 自発的再生を阻む現行枠組み
8. 農業政策への提言
9. 流通改革への提言
10. まとめ 農業再生による地域再生

# 1. はじめに 農業再生の意義



## ◆農業が地域再生のトリガーに

グローバリゼーションの中で、工業やサービス業に適した地域は成長シナリオを描くことが可能。

工業やサービス業は沿岸部や都市部に集中しており、これらの産業に頼った経済的自立が可能な地域は限定的。

農業は、工業やサービス業と比べて地域偏在が小さく、多くの地域で地域再生の核となることが期待。

地域特性を引き出すためのトリガーとして農業を位置づけ、内発的な地域再生を図ることが重要。

## 2. 農産物市場を取り巻く状況 ~食生活の変化~



食生活の変化や安心・安全へのこだわりなど、農産物市場を取り巻く状況は近年、変化している。

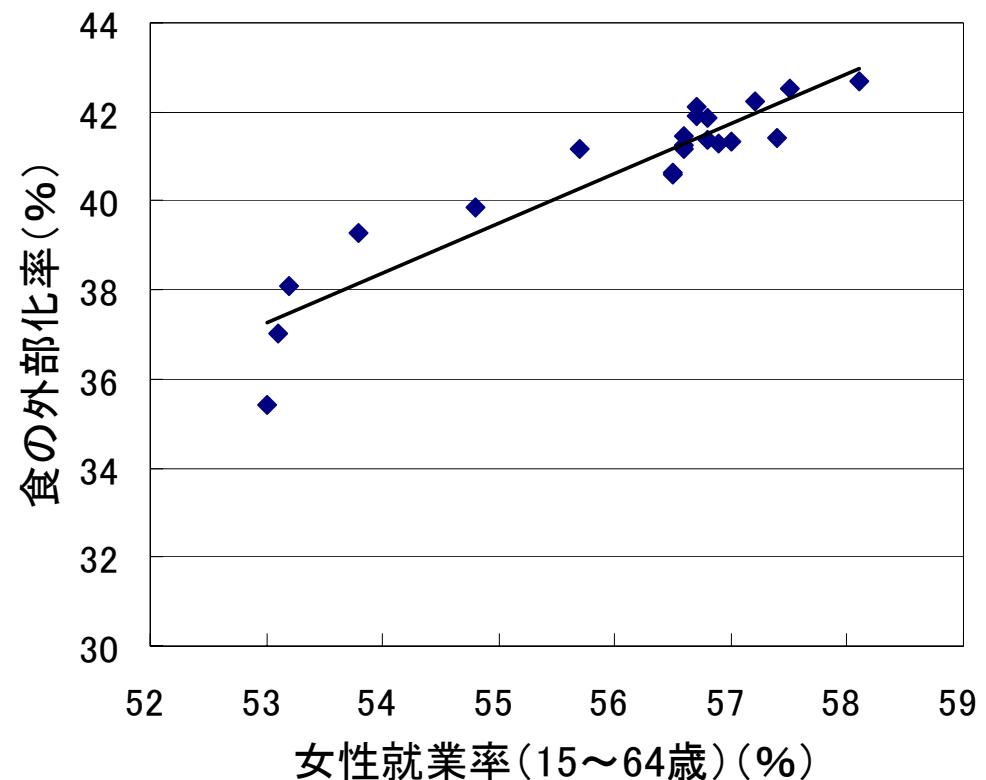
### ◆食生活の変化

国内の食料消費は減少傾向。  
農産物市場も縮小。

女性の就業率の増加などに伴い、  
外食・中食の占める割合が増加。  
(表1参照)

外食・中食向けの農産物供給では  
コスト志向で輸入農産物が普及。

表1 女性就業率と食の外部化率の関係



## 2. 農産物市場を取り巻く状況 ~安心・安全へのこだわり~

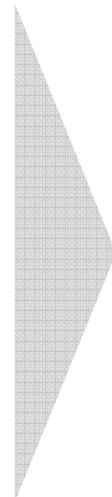


食生活の変化や**安心・安全へのこだわり**など、農産物市場を取り巻く状況は近年、変化している。

### ◆安心・安全へのこだわり

輸入食品の安全性問題、BSE、鳥インフルエンザなどにより食の安心・安全への意識が向上

有機農産物や食品トレーサビリティへの注目が高まっており、付加価値が評価



**安心・安全へのこだわりは  
日本の農業の追い風に！**

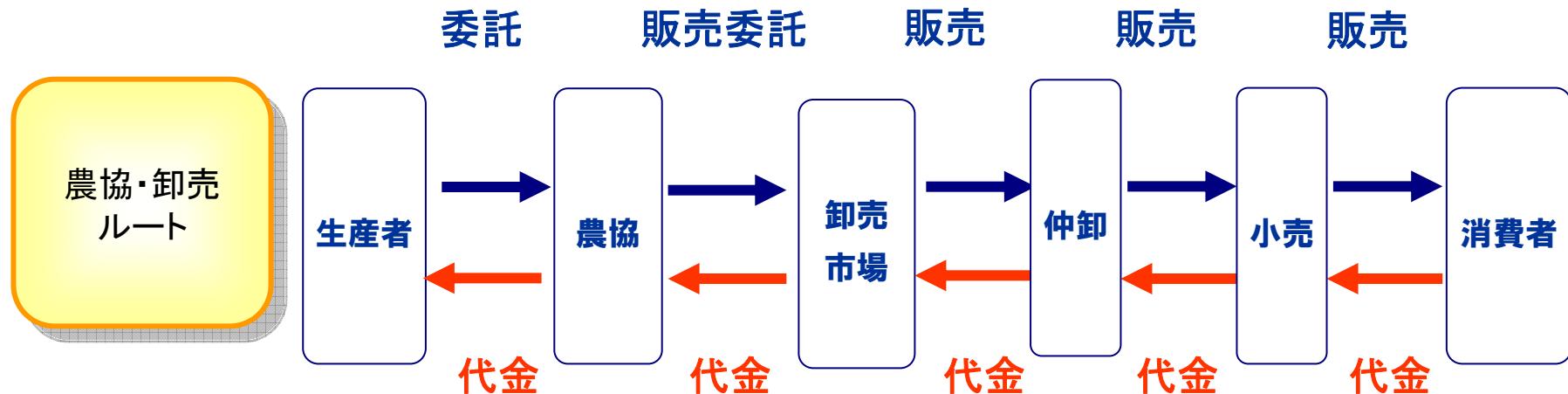


### 3. 農協・卸売ルートの問題点 ①中間マージン

#### 多数の事業者が介在する農協・卸売ルート

農産物の流通は、農協が出荷を取りまとめ、卸売市場で販売されるルートが主。  
(野菜の約80%が卸売市場経由)

生産者と消費者の間に多くの事業者が介在し、中間マージンが高くなる。



多くの事業者が介在し、中間マージンが高い

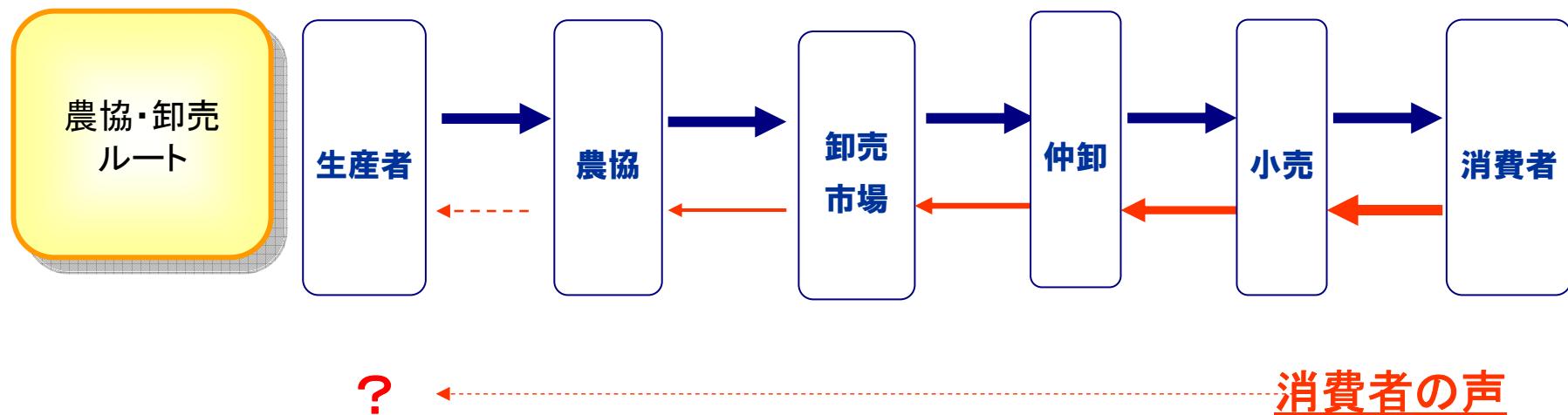
### 3. 農協・卸売ルートの問題点 ②消費者ニーズの分断



#### 消費者ニーズの分断

農協・卸売ルートでは、消費者ニーズを生産者に伝える主体が不在。

生産者は消費者ニーズを把握できないため、売れ残りリスクの低い、個性がない農産物の生産を余儀なくされる。



市場のニーズに即した農業生産が出来ない

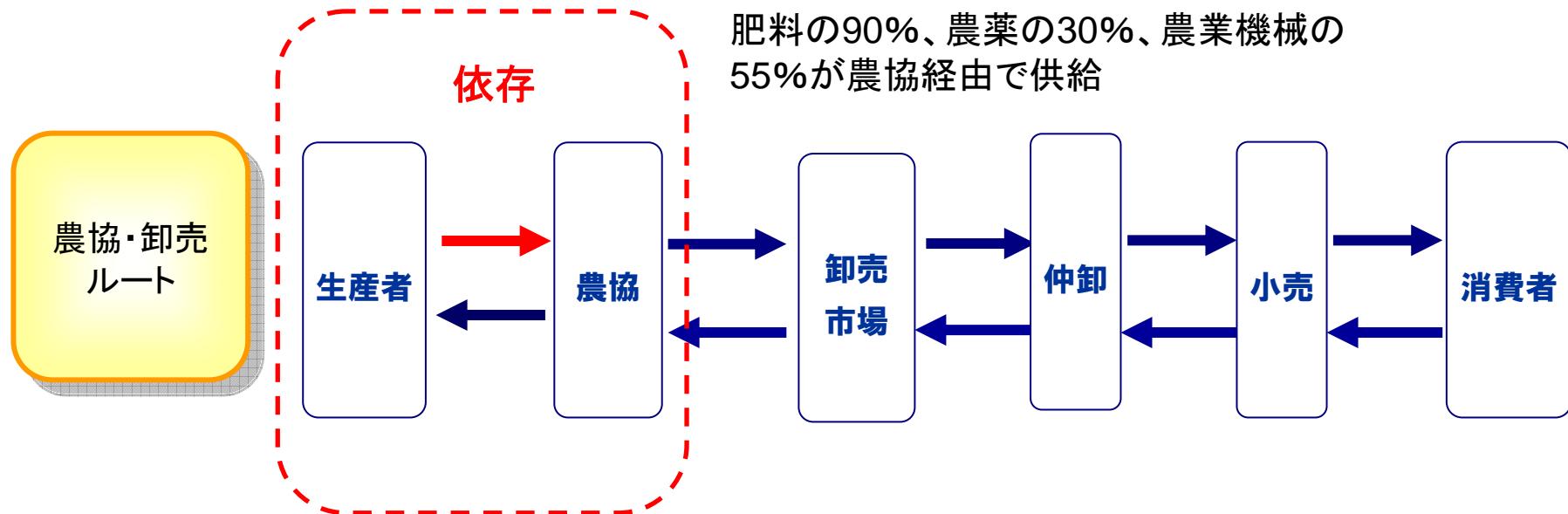


### 3. 農協・卸売ルートの問題点 ③画一的な販売ルート

#### 農協・卸売市場の寡占状態

多くの農家が肥料、資材の購入や、資金の借り入れ、さらには集出荷施設などの流通インフラも農協に依存。

農協は販売リスクのある直販を避け、卸売市場に出荷する傾向が強く、販売ルートが画一化。



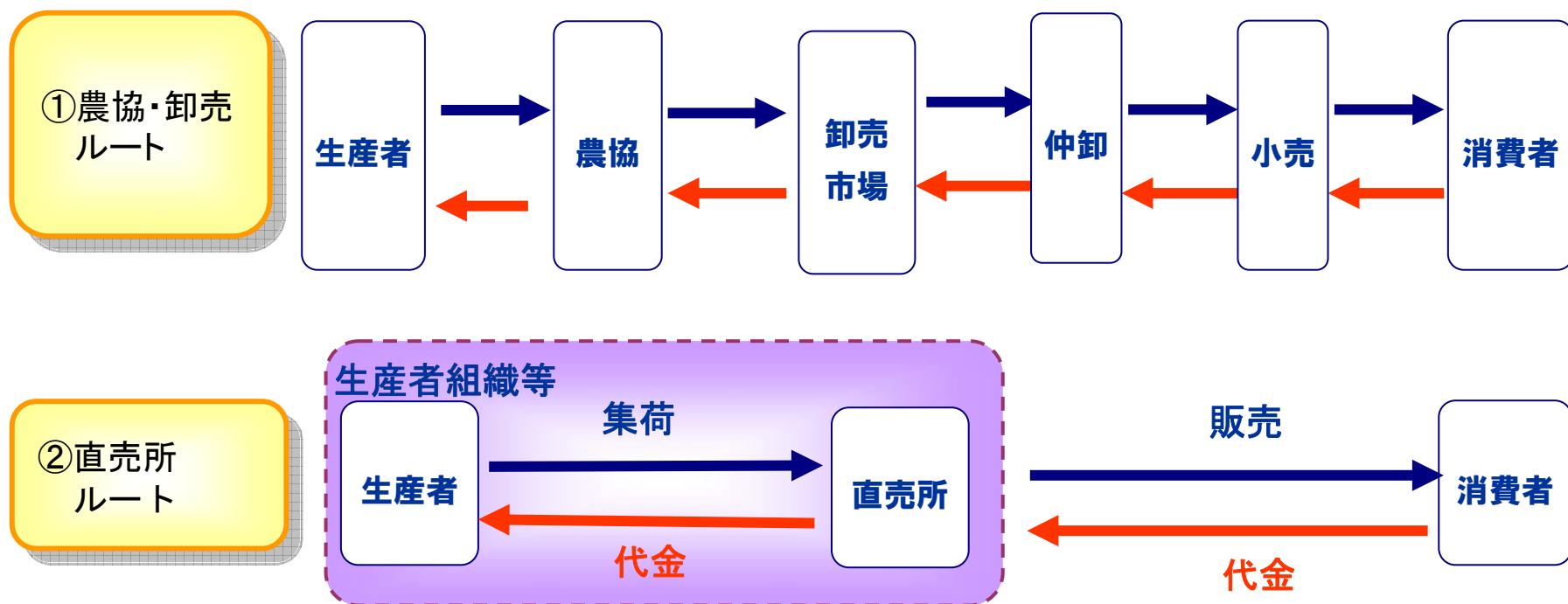
**農協・卸売ルート以外の収益性の高い販売ルートが開拓できない**

## 4. 再生のトリガーとしての直売所



「中間マージン」、「消費者ニーズの分断」、「販売ルートの画一化」といった問題点を克服する販売方法のひとつが「直売所」。

### ◆販売フロー比較



## 4. 再生のトリガーとしての直売所 ~成功事例~



### 例)消費者ニーズを捉えて成功した直売所

一部の直売所では、美味しさ、安心などを売り物にして、中距離圏から集客。契約栽培や他地域からの仕入れにより品揃えを充実させている販売所もある。

#### ◆様々な成功要因

おいしさ、安心・  
安全に配慮した  
農産物



例1) 高速道路・幹線道路からアクセスが容易な立地への出店

例2) 直売所とインターネット販売の複合化による販路拡大

例3) 携帯電話POSシステムの導入による欠品防止

例4) 飲食店、体験農場の併設による家族層の取り込み

直売所で習得したノウハウを活かした、農業再生が期待

## 4. 再生のトリガーとしての直売所 ~成功事例~



### ◆内子フレッシュパークからり(愛媛県内子町)



### 成功要因: 携帯POSシステムを使ったリアルタイムの情報流通

- ・農産物に添付されたバーコードの情報で、販売状況をリアルタイムに把握
- ・直売所と圃場の情報ギャップの解消で、欠品リスクや売れ残りリスクを低減

## 5. 農業再生に向けた視点 ~農産物ダイレクト流通の確立~



### 新たな流通形態の必要性

中間業者の多い従来の農協・卸売ルートでは日本の農業の強みを活かしきれないため、直販ルートの開拓による農産物流通の短縮と、市場ニーズの取り込みが必要。

#### 【伸ばしたい強み】

高品質で安心・安全な農作物の提供による顧客の確保

#### 【解消したい弱み】

従来の農協・卸売ルートによる弊害  
・高マージン  
・消費者ニーズ断絶  
・画一的な販売ルート

#### 解決策

- ・農産物ダイレクト流通の拡大
- ・農産物ダイレクト流通を担う農業事業家の育成・他産業からの参入促進

\* 農業事業家：農業をビジネスと捉えて活動する事業家

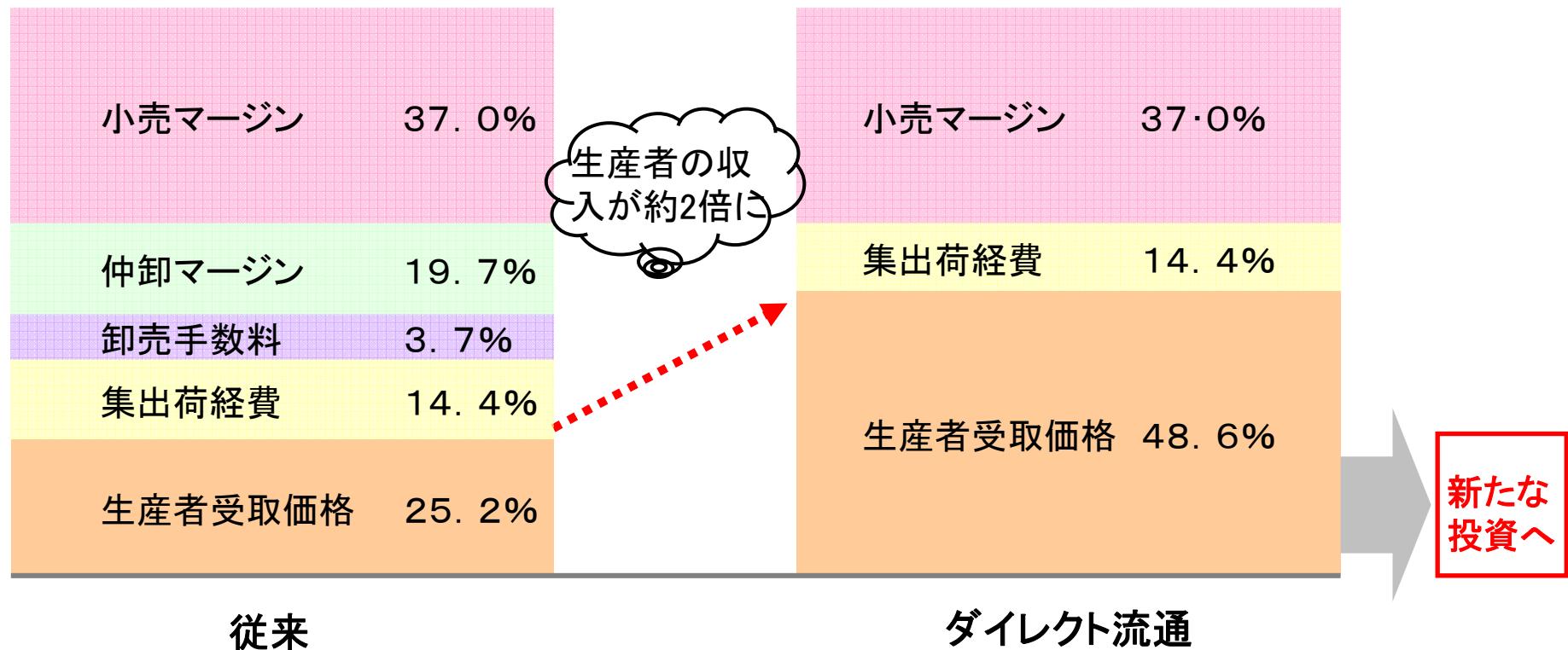


## 6. ダイレクト流通のメリット ①投資促進

### 収益性向上による投資余力の拡大

マージン削減による流通利益・生産利益をマーケティング投資や商品の高付加価値化の投資にまわすことが可能に。

#### ◆例)だいこん



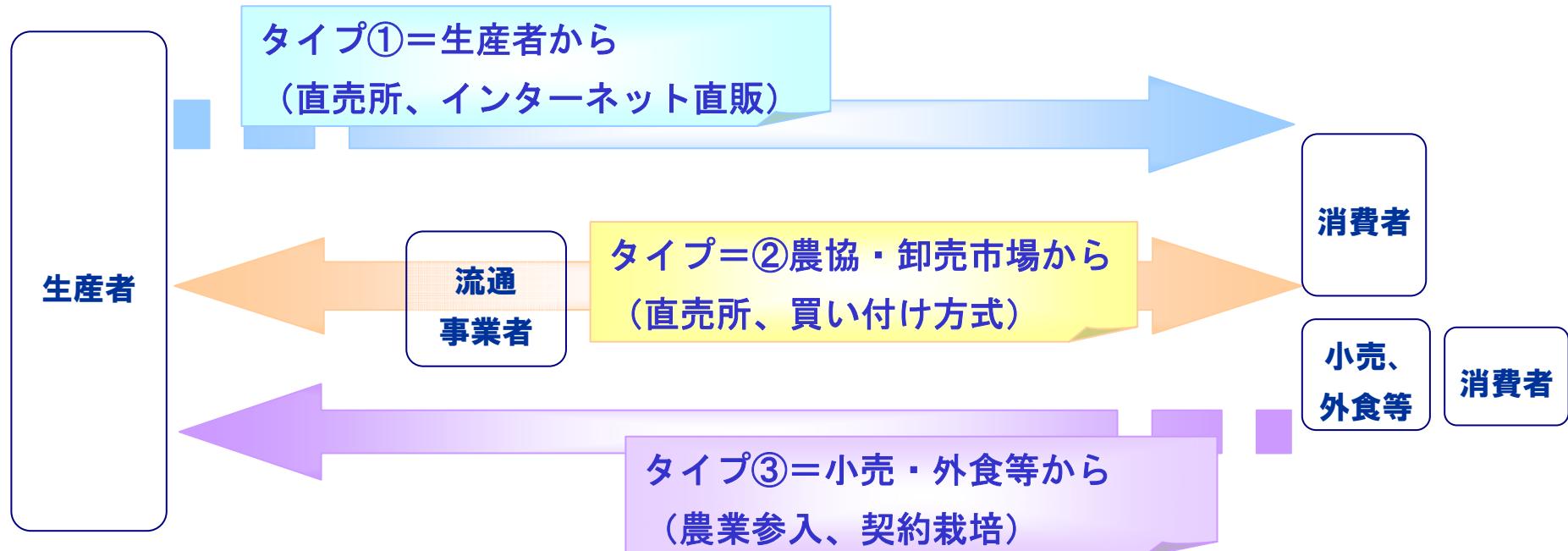
出典: 農林水産省「青果物流通段階別価格形成追跡調査報告」

## 6. ダイレクト流通のメリット ②新たな農業事業家の輩出



農産物ダイレクト流通が生み出す投資余力により、収益性の高いビジネスが創出され、販売リスクを担う農業事業家が出現。

農協もリスクをとて直売所やインターネット直販に進出することで、農業事業家への脱皮が可能。資材販売や農業金融による丸抱え構造の改善も不可欠。



**多様な農業事業家の切磋琢磨による、高付加価値農產物流通の活性化が期待**



## 7. 農業を核とした地域再生を阻む現行制度

農業事業家と地域内の意欲的な異業種事業家が自発的に結びつき、地域特性を活かした新たな付加価値を創出することが可能。

画一的な中央集権型政策ではなく、**地域主導による強みの発揮**が必要。

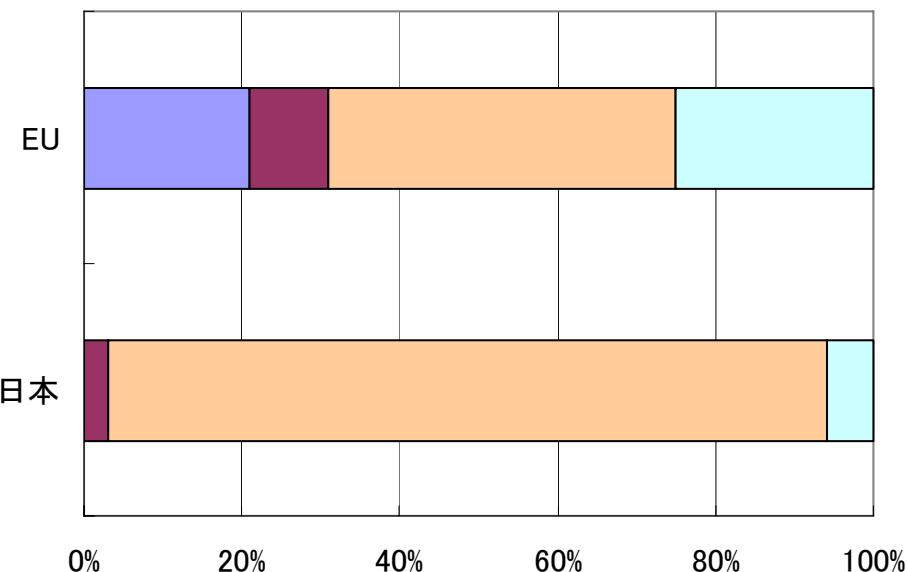


## 8. 農業政策への提言 ~市場原理の活用~



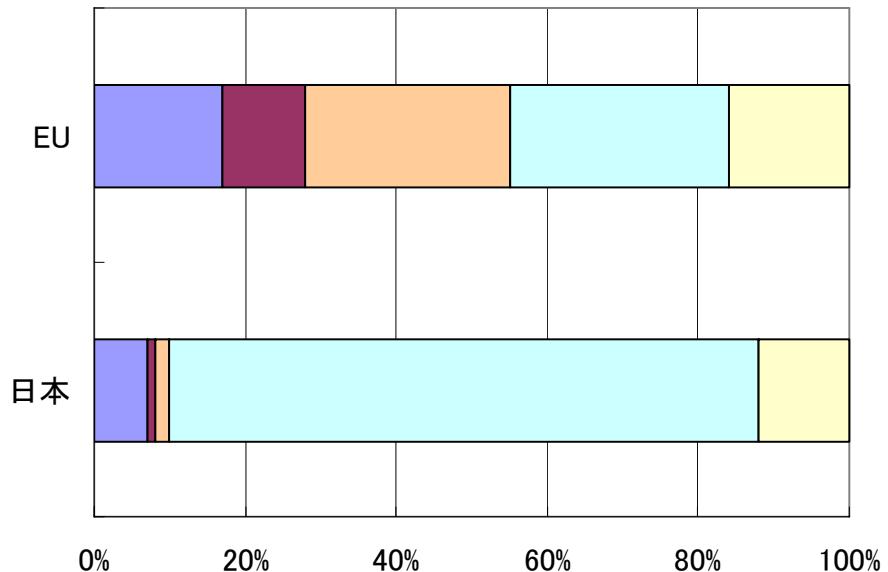
農業の再生には、事業規模に応じた支援策、研究開発やマーケティング等の市場活性化策に移行し、生産者の事業拡大の意欲を増進することが必要。

生産者直接支援の内訳



- 収穫面積・飼養頭数ベースの支払い
- 投入量ベースの支払い
- 価格支持
- その他

間接支援の内訳



- 研究開発
- 農業学校(人材育成)
- マーケティング
- インフラ整備
- その他

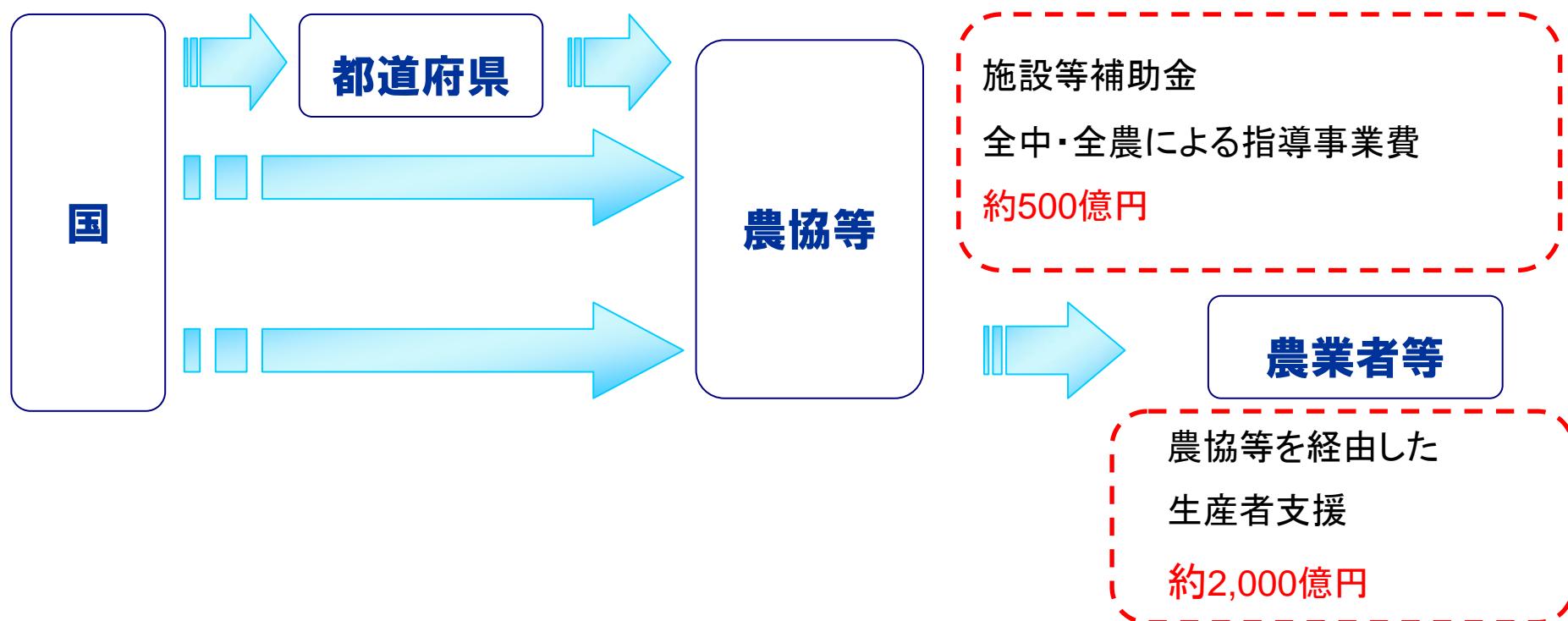
出所) OECD

## 9. 流通改革への提言 ~市場原理の活用~



既存流通ルートの寡占状態の改善のため、偏りのある補助金の交付や、独禁法適用除外といった、農協に対する優遇措置等の政策を見直すことが不可欠。

### ◆農協を中心とした補助金の流れ





## 10. まとめ 農業再生による地域再生

農業は成長ポテンシャルが期待できる産業であり、地域再生の核となることが可能。

地域の独自性を埋没させる中央集権体制に基づくインフラ整備、既存流通ルートに偏った**現行政策の歪み**が農業再生を阻害。

地方分権を推進し、農業事業家の育成をはじめとする、成長のための投資を行うことで、地域特性を活かした地域再生が実現。