名古屋経済大学
経済学部准教授
槇平　龍宏氏

オープンカレッジ

進む一般企業の農業参入（上）

「川上」への進出加速

戦後、長らく我が国農業生産の担い手であった農家数の減少が著しいことは周知の事実であるが、それは産業としての農業に成長性が失われたことを意味しない。グローバル化や少子・高齢化による経営外部環境の激変により、農業経営の不確実性が高まっているが、的確な経営環境分析と明確なビジョン設定により、農業経営者にとって成長戦略を描き、躍進している農業経営体は少なくない。農業経営に限らず、先行き不透明な時期には、企業は自らのコア事業の川上・川下の行程を取り込み、不要なマージン排除と不確実性を極力避ける経営展開を多く採用する。多くもこのような「垂直的統合戦略」を採用している。つまり、農業経営者にとって「川下」行程に当たる食品加工や販売事業にも乗り出し、自らが生産する農業生産物により高い付加価値を付けて実需者や消費者と直接取引をする戦略に積極的に取り組んでいるのだ。

行政サイドもこのような農業経営者の取り組みを積極的に支援するため、2010年に「六次産業化法」を公布し、この法律により農林漁業者による加工・販売への進出等「6次産業化」に関する施策とともに、地域の農林水産物の利用を促進する「地産地消等」に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業の振興等を図ることを目指している。

同時に、食品メーカーや流通業者、外食サービス企業にとっては、「川上」に位置する意欲的な農業経営者や地域農業と積極的に結びつき、自社で活用する原材料を確保し、他社との差別化を通じて企業アイデンティティ確立と「農商工連携」の3様は、いずれも農や食をめぐる環境変化局面における関連主体の経営戦略展開として、表裏一体の関係にあることがわかる。

このように考えれば、農業サイドが加工・販売に乗り出す「6次産業化」と、一般企業による農業参入、そしてその両者が接点を見出し、自らに足りない経営資源を補完し合い異業種連携へと発展する「農商工連携」の3様は、いずれも農や食をめぐる環境変化局面における関連主体の経営戦略展開として、表裏一体の関係にあることがわかる。

一般企業の直接農業参入が認められたことにより、企業による「川上」への進出は加速している。

まきだいら　たつひろ　地域経済論、農業経済論。東京大学大学院博士課程単位取得。（財）農政調査委員会主任研究員を経て2013年から現職。1970年生まれ。