

農業生産関連事業に関する研究動向

農業・農村領域 主任研究官 大橋めぐみ

農業生産関連事業とは、農産物の加工、直売、観光農園、農家民宿、農家レストランなどの「農業経営体が営む農業生産に関連する事業」であり、6次産業化の取組のうち生産者が中心的な主体となる取組として注目されています。

しかし、生産者が加工や流通などの事業に参入するには、新たなノウハウが必要となります。また、レストラン経営などの接客業は、参入率、退出率が高くリスクの高い業種です。そうした業種で生産者が一般企業と競争し、事業を継続・成長させていくには、生産者が事業に参入するメリット（強み）、あるいはデメリット（弱点）を把握する必要があります。ここでは先行研究から、こうした弱みや強みについて、理論的な考察や実態把握を行っている文献を中心に紹介したいと思います。

1. 規模拡大、組織化などによる「規模の経済性」に関する研究動向

生産者が事業に取り組む場合、その経営規模は小さく、多額の投資は行われたい傾向にあります。1990年代から盛んとなった農村ツーリズムに関する研究では、山崎ほか(1993)、宮崎編(1997)などが、農家民宿や農家レストランなどの経営において、小規模であることは弱点ではなく、むしろ、密な交流や静けさを求める来訪者のニーズに合致していると指摘しており、農村女性起業などの取組では、あくまで農業の副業として小規模に事業を行う方針が多くとられました。ただし、大江・Chain(1996)は、こうした農村ツーリズムが諸外国と比較して農家の所得向上の効果が小さいことを指摘しています。

さらに、加工や直売では、大規模になるほど生産量当たりの人件費などのコストが低下する「規模の経済」がみられます。また、多様な安全基準や認証制度に対応するためにも一定の規模が必要となります(榎潟ほか編, 2014)。こうしたスケールメリットを得るために、近年は、事業規模の拡大や組織化といった動きが活発となっています。斎藤(2014)は、大規模な農業生産法人で、加工と販売を統合し

余剰資源を活用した高付加価値化が早い段階から成長戦略となっていたことを指摘しています。香月ほか(2009)は、大規模な直売所ほど従業員一人当たり販売額が高く、JAなどの大型ファーマーズマーケットで、民間スーパーマーケット並みの販売効率を達成していることを示しています。また、2015年の農業センサスを分析した橋詰(2016)は、農産物の生産・販売に取り組む集落営農の展開に言及し、一部の小規模な家族経営体の生産関連事業が集落営農などの組織経営体に再編されている可能性を示唆しています。

2. 川上から川下までの統合や多角化に関する研究動向

生産者が事業に参入する強みとして、生産、加工、流通などの各段階を統合することで、スムーズな需給調整が行われたり、実需者や消費者のニーズに応じた商品開発ができるといった点があげられます。さらに、川上から川下までの垂直的な統合に加え、水平的な統合として、加工と直売、観光農園と農家レストランなど、生産関連事業の部門数を拡大することも、相乗効果を生むとされています。

こうした点については、ポーター(1985)が提唱した「バリューチェーン」や、ウィリアムソン(1980)の提唱した「取引費用論」などに基づく研究が多く行われています。「バリューチェーン(価値連鎖)」とは原材料の調達、製造、販売、技術開発などの各機能単位が生み出す価値を分析し、それを最大化するための戦略を検討する枠組であり、価値を最も多く生み出すことができる機能に注力し、価値を生み出していない機能は外部委託する経営戦略がとられます。また、「取引コスト」とは、製品の本体価格以外に発生する運賃、手数料、情報収集費や危険負担費、心理的コストなどであり、取引コストが高くなると、企業はそのチャンネルを統合する傾向が強まります。

こうした理論に基づき実態を分析した研究として、斎藤(2014)は生産関連事業に進出する農業生

産法人の課題として、部門間での資源配分の調整が課題であること、異なる事業領域への新規参入に対して経営者の知識や技術・ノウハウの獲得が困難なことを指摘しています。また、櫻井編（2011）は、零細経営の多いアジア諸国では農家は農業に専念し、地域の他の加工や直売を行う主体と連携する戦略をとることが多いなど「農村全体での多角化」が進んでいること、一方で、農業の経営規模の大きい欧米諸国では家族経営内で農業と多角化活動（生産関連事業）の両立を重視する傾向があることを示しています。

3. 特定地域への集積や地域ブランド化の効果に関する研究動向

生産者の多くは農業経営を営む農村地域で生産関連事業を行います。農村に立地する強みとしては、自家生産や地域内の新鮮な原料を用いることができ、それらが地域ブランドへと成長することもあります。また、観光客や地域住民が消費する「農村市場」では、地元産の農産物は高く評価されます。大江編（2017）は、農村ツーリズムを、農村景観や生態系などの農村資源を活用することで「農村の外部経済を農家経営に内部化する活動」と定義しています。

一方、農村への立地は、消費地市場から遠く輸送費などが高くなるというデメリットがあります。それに加え、Murdock（2000）は、対面での交流により市場とのネットワークを構築する場合にも不利であると指摘しています。実態面については、櫻井編（2011）が農林業センサスの集落カード等による分析から、直売所が都市部へ集中的に立地する傾向があることを示しています。また、大橋（2017）は、農家民宿は中山間地域、観光農園は首都圏近郊の果樹産地、農産物の加工は平地農業地域など、生産関連事業の部門ごとに立地の傾向が異なることを示しました。

一方、生産関連事業は、地域ぐるみで取り組まれることも多く、特定の地域への集積もみられます。紀州南高梅の地域ブランド化を扱った斎藤（2007）、甲州ワインを扱った影山ほか（2006）では、ポーターの産業クラスター理論を応用し、地域ぐるみでの生産関連事業の展開について分析しています。産業クラスターとは、「ある特定の分野に属し、相互に関連した企業と機関からなる地理的に近接した集団」のことであり、生産性上昇、イノベーションへの影響力、新規創業の容易さなどの効果が注目され

ています（松原，2013）。さらに、斎藤（2014）、森嶋（2014）は、今後、こうした産業クラスターなどの集積の効果について、研究を深める必要性を指摘しています。

【引用文献】

- 大江靖雄・Chain,A.（1996）「イタリアにおけるアグリツーリズムの現段階とその経営活動」『日本観光学会誌』28, 48-59頁。
- 大江靖雄編（2017）『都市農村交流の経済分析』農林統計出版。
- 大橋めぐみ・高橋克也（2017）「事業類型と立地特性からみた農業生産関連事業」『農林水産政策研究』27, 49-72頁。
- オリヴァー・E・ウィリアムソン（1980）『市場と企業組織』日本評論社。
- 影山将洋・徳永澄憲・阿久根優子（2006）「ワイン産業の集積とワイン・クラスターの形成－山梨県勝沼地域を事例として」12（3）, 39-50頁。
- 香月敏孝・小林茂典・佐藤孝一・大橋めぐみ（2009）「農産物直売所の経済分析」『農林水産政策研究』16, 21-63頁。
- 斎藤修（2007）『食料産業クラスターと地域ブランド－食農連携と新しいフードビジネス』農山漁村文化協会。
- 斎藤修（2014）「6次産業・農商工連携とフードチェーン－論理と検証」, 斎藤修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生』農林統計出版, 15-69頁。
- 櫻井清一編著（2011）『農業・農産物流通の国際比較』農林統計出版。
- 橋詰登（2016）「2015年センサス（概数値）にみる農業構造変動の特徴と地域性」『都市と農村をむすぶ』。
- マイケル・ポーター（1985）『競争優位の戦略』ダイヤモンド社。
- 梶渕俊子・谷口吉光・立川雅司編著（2014）『食料と農の社会学』, ミネルヴァ書房。
- 松原宏（2013）『現代の立地論』古今書院。
- Murdock, J.（2000）「Networks: a new paradigm of rural development?」, *Journal of Rural Studies* 16（4）, pp.407-419.
- 宮崎猛編（1997）『グリーンツーリズムと日本の農村－環境保全による村づくり』農林統計協会。
- 森嶋輝也（2014）「食料産業クラスターと地域クラスター」, 斎藤修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生』農林統計出版, 163-175頁。
- 山崎光博・小山善彦・大島順子（1993）『グリーンツーリズム』家の光協会。C