

第V章. 福岡・九州とアジアにおける農業ビジネスの展開

中村学園大学学長・教授
甲斐 論

1. はじめに

本章では、まず、わが国と福岡県、福岡市の農業構造について概観し、農業が直面している課題を整理する。さらに昨年秋に政府が公表した「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」を吟味して、政府が目指している農業構造像を明確にする。

それらを念頭に筆者が実施した国内とアジアの実態調査を踏まえて、九州のアグリビジネスのグローバル（グローバル+ローカル）活動による競争力強化の実態を分析し、加えて中国とベトナムのアグリビジネスについても言及する。それらの内外の情勢と現地調査を考慮して、福岡市における都市型農業の3つの展開方向について提案する。

2. 農業の現状と今後の課題 ～全国・福岡県・福岡市～

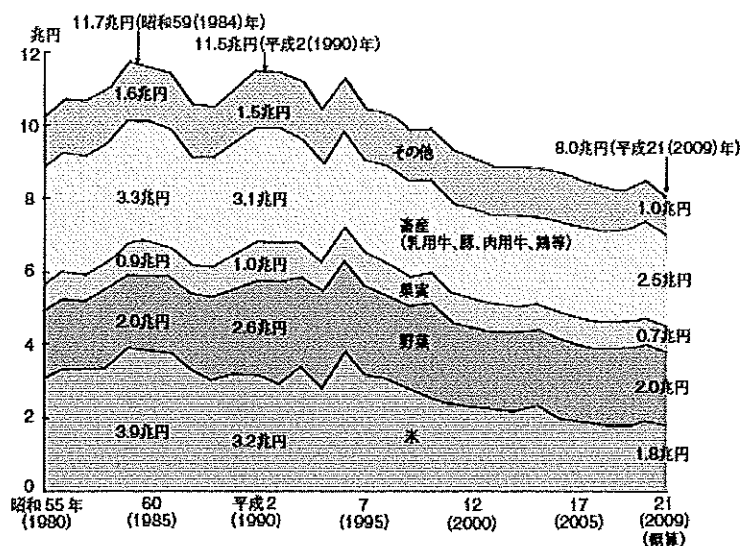
わが国の農業総産出額は、昭和60（1985）年には11.7兆円であったが、平成21（2009）年には8兆円となっている。

同期間に、特に米は3.9兆円から1.8兆円に半減している。同様に畜産も3.3兆円から2.5兆円に減少している（図表V. 2.1 参照）。

その背景には農業就業者の減少と高齢化が影響している。農業就業者は平成12（2000）年の389万人から平成22（2010）年には261万人に減少し、65歳以上の高齢者が52.9%から61.6%に増加して、生産力を失っている。

また、農産物の輸入も急増しており、平成2（1990）年の約4.5兆円から平成20（2008）年には約6兆円になっている。そのため食料自給率（カロリーベース、以下同様）は昭和

図表V. 2.1 わが国の農業総産出額の推移



資料：農林水産省『食料・農業・農村白書』2011年より

55 (1980) 年の 48% から平成 22 (2010) 年には 39% になっている。

同様に、福岡県の農業総産出額も平成 17 (2005) 年の 2,236 億円から平成 21 (2009) 年には 2,098 億円に減少している (図表 V. 2. 2 参照)。福岡県の場合は、園芸が盛んであるので、農業総産出額のうち最も多いのは野菜 (643 億円) であり、米 (424 億円) と畜産 (371 億円) が続いている。

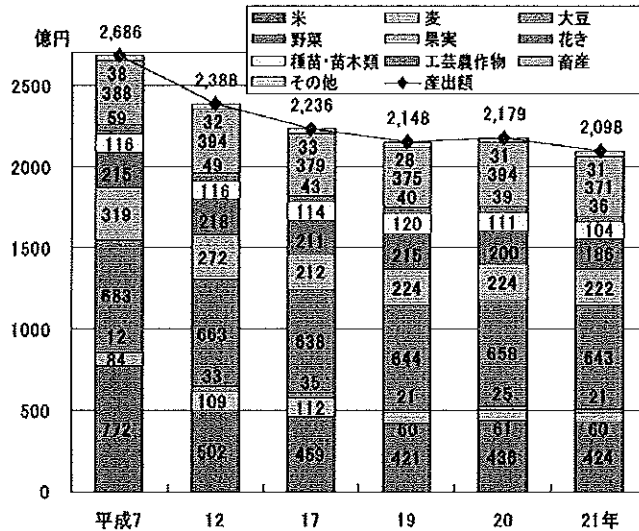
福岡県の販売農家数は平成 17 (2005) 年の 54,515 戸から平成 22 (2010) 年には 41,727 戸に 23.5% 減少している。農業就業人口は同期間に 95,023 人から 68,091 人に 28.3% 減少した。これは主に農業従事者の高齢化によるものである。耕地面積は同期間に 69,800 ヘクタールから 67,900 ヘクタールに 2.7% 減少している。

福岡市の農業総産出額も平成 17 (2005) 年の 112 億円から平成 22 (2010) 年には 107 億円に減少している (図表 V. 2. 3 参照)。

福岡市の場合は、園芸が特に盛んであるので、農業総産出額のうち 42% が野菜 (45 億円) であり、24% の花 (26 億円) と 20% の畜産 (22 億円) が続いている。

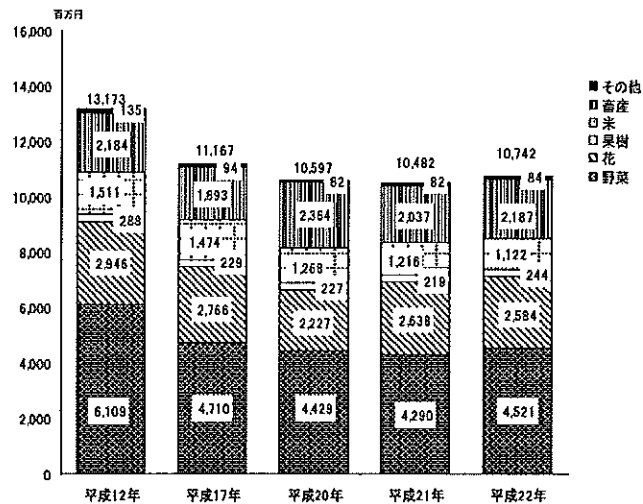
福岡市の農家数は平成 17 (2005) 年の 2,898 戸から平成 22 (2010) 年には 2,566 戸に 11.5% 減少している。農業従事者数は同期間に 5,736 人から 4,563 人に 20.4% 減少した。60 歳以上の農業従事者が 66% を占めている。耕地面積は同期間に 3,014 ヘクタールから 2,872 ヘクタールに 4.7% 減少している。

図表 V. 2. 2 福岡県の農業総産出額の推移



資料: 福岡県『食料・農業・農村白書』2011年

図表 V. 2. 3 福岡市の農業総産出額の推移



資料: 福岡市提供資料より作成。

以上のようにわが国の農業は販売額、農家数、就業者数、耕地面積とも減少し、就業者の高齢化が進展している。福岡県や福岡市も同様である。そこで農林水産省では構造改善を図ろうと起死回生の農業政策を最近打ち出した。その内容を批判的に検討しよう。

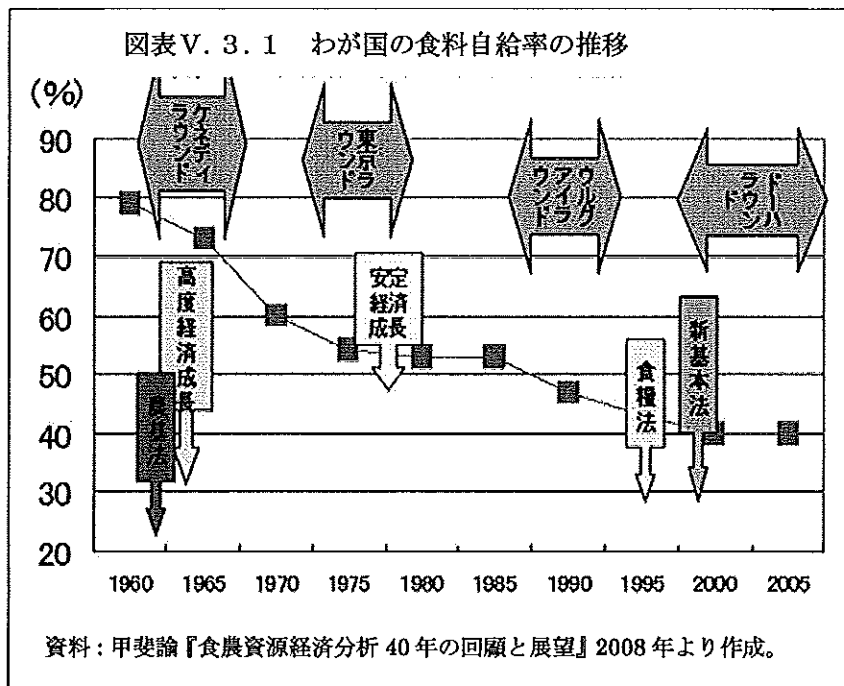
3. 「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」が目指す農業構造

(1) 日本農政50年史からみた市場開放と持続可能な農業の両立困難性

農林水産省の「食と農林漁業の再生推進本部」の決定（平成23（2011）年10月25日）である

「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」によれば、「高いレベルの経済連携と両立しうる持続可能な農林漁業を実現する。」とある。

リーマンショック以降の貿易収支の悪化や台頭著しい韓国の米国とのFTA（自由貿易協定）



を考慮すれば、上記のような表現、政策決定にならざるを得ないのであろう。しかし、TPP（環太平洋経済連携協定）などの市場開放と農林漁業の持続可能性は両立困難である。少なくとも過去の市場開放の歴史と食料自給率の推移をみると、そう判断せざるを得ない。

図表 V. 3. 1 は、我が国の約50年間のケネディラウンド、東京ラウンド、ウアウルラウンド、ドーハラウンドと食料自給率の推移を鳥瞰したものである。ラウンドという市場開放の国際協議が成立する毎に、食料自給率は低下している。この図をみると、市場開放と農林漁業は両立困難と判断せざるを得ない。

図表 V. 3. 2 は、実際に日本が市場開放してきた品目を示している。昭和46（1971）年に豚肉を、平成3（1991）年に牛肉をそれぞれ市場開放してきているのである。いまや残存輸入制限品目は水産品の5品目であり、全ての農産物は貿易自由化しているのである。

図表V. 3. 2 わが国の農林水産物の輸入制限品目数の推移 (単位: 品目数)

年次	輸入制限品目数	当該年に輸入割当てを廃止した品目
1962	103	
1962	81	羊、鳥卵、卵黄、蕪、生糸、食パン、真珠など
1963	76	はちみつ、落花生の粉、バナナ(生鮮)など
1968	73	ココアの粉
1970	58	豚の脂身、マーガリン、ショートニング、コーヒーなど
1971	28	豚肉、ぶどう、グレープフルーツ、ソーセージ(生鮮)など
1972	24	ハム、ベーコン、トマトピューレ、配合飼料など
1974	22	麦芽
1989	20	プロセスチーズ、トマトケチャップソース
1990	17	牛肉調製品、果汁(りんご、ぶどう)など
1991	14	牛肉、オレンジ(生鮮)など
1992	12	オレンジジュースなど
1995	5	ミルククリーム、無糖れん乳など、乾燥した豆、でんぷん粉など

資料: 農林水産省大臣官房国際部資料より作成。

(2) 英国農政250年史からみた市場開放と持続可能な農業の両立困難性

図表V. 3. 3に英国の食料自給率の変遷とそれに影響した要因を示す。英国は1846年に穀物輸入関税を撤廃し、自由貿易にしたので、米国などから穀物が大量に流入し、食料自給率は大幅に低下した。

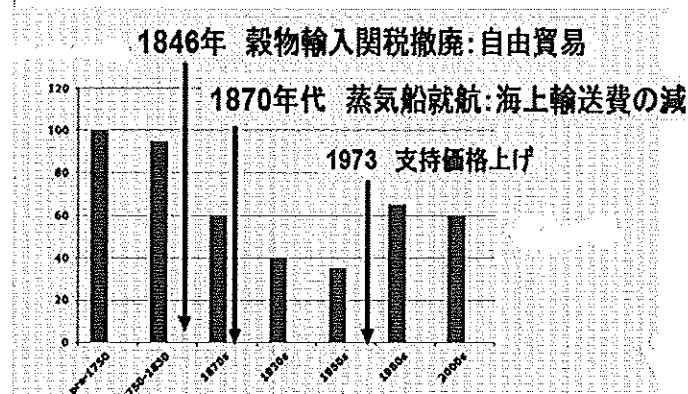
1870年代には大西洋航路に蒸気船が就航し、海上輸送費が削減されると更に穀物が英国に流入し、一段と食料自給率が低下している。1930年の

大不況、第2次大戦を経て、さらに食料自給率は低下した。だが、1973年に支持価格が引き上げられると、大幅に食料自給率は向上している。

以上のように日本と英国の農政の展開をみて明らかなのは、市場開放すると食料自給率は低下するということである。

(3) 5年間で10倍の規模拡大(平地で20~30ha・中山間地で10~20ha)の困難性

図表V. 3. 3 英国の食料自給率の変遷



資料: Colman, D, Food Security in Great Britain, 九州大学『TPPと台所の安心・安全』2011, PP.22-30より作成。

上記の「食と農林漁業の再生推進本部決定」によれば、「今後5年間に高齢化等で大量の農業者が急速にリタイアすることが見込まれる中、徹底的な話し合いを通じた合意形成により実質的な規模拡大を図り、平地で20～30ha、中山間地域で10～20haの規模の経営体が大宗を占める構造を目指す。」とあるが、それは実現困難であろう。現状で2haの規模を5年間で10倍に拡大などできない。

昭和36（1961）年に「農業基本法」が制定され、大規模経営の育成を目指したが、農民は離農をせず、兼業化や出稼ぎを選択して、結局、規模拡大は成功しなかった。結局その後、50年経過しても約1haが約2haに約2倍に拡大したに過ぎない。

その背景には、高度成長による転用農地価格上昇に触発された農地の資産としての保有志向、米価上昇による農地価値の上昇などが影響していた。兼業機会も少なくなり、米価も急落した現在と高度成長期では、全く農家や農地を巡る経済環境が異なり、農地に対する農民の志向も違ってきているので、過去の経験が直接参考にはならないであろうが、農地の所有権と使用权を短期間に移転するのは簡単ではない。

「食と農林漁業の再生推進本部」は、「世界各国の農林漁業従事者の経営ノウハウ、技術や農林水産政策から学びつつ、高い目標を掲げて、優秀な人材を呼び込む。」と指摘するが、今後、海外から安い農産物が流入して生産物価格が急落することが自明である中では、「優秀な人材」はリスクを恐れて農業に寄り付かないであろう。

呼び込んだ「優秀な人材」、非農業に嫌気して農業に新規参入した者でも施設園芸など、集落とは無関係な分野や集团的農地利用を伴わない分野では、就農可能であろう。しかし、施設園芸はT P Pとは直接的に関係ない。

水稻生産用の水田に関わる水利用や肉用牛生産に必要な飼料栽培用の畑の購入や借地に際しては、集落の方々との関係や話し合いが必要であり、集落に定住する必要もあろう。日本の農村の集落排水施設やその他の道路やインターネットなどのインフラは整備が遅れている。さらに小中学校も廃校になっているので、呼び込んだ「優秀な人材」の妻や子供は農山村に定住しないであろう。

「食と農林漁業の再生推進本部」は、ごく一部の例外的成功事例を参考にして、それを一般化しようとしているのではなかろうか。地方の窮状をみると上記の「基本方針・行動計画」は楽観的と言わざるを得ない。

（4）農家の大型6次産業化に伴う企業との厳しい競争

「食と農林漁業の再生推進本部」は、「農山漁村に存在する豊富な資源を有効に活用し、6次産業化を推進することにより、付加価値を向上させ、雇用と所得を生み出し、農林漁業を更に成長産業化する。」と意気込む。

だが、農家は以前から農産物を生産し（1次産業化）、漬物や味噌・醤油・ジャムなどを作り（2次産業化）、農家レストランや焼肉民宿、農産物直売所を開く（3次産業化）など、各戸で、あるいはグループで、または集落や農協の婦人部などで、それぞれに生産物を加工

し、消費者にサービス提供するなどの付加価値化、換言すれば6次産業化の努力をしてきた。

農家などが以前から細々とやってきたことを、「食と農林漁業の再生推進本部」は大々的に支援して事業化しようとしているのであろう。しかし、それには疑問がある。農業の6次産業化政策により、例えば、味噌・醤油などを大々的に製造しようとする、既存の味噌・醤油企業と競争することになる。既存の食品企業は安い海外原料を利用して規模の経済性を利用して、大規模に低コストで食品を製造している。

農家やグループが、自家生産物の高付加価値化を目指して、大型6次産業化しようすると、海外原材料に比較して、高い国産材料を大量に利用せざるを得ず、しかも資本金や経営能力の関係で、規模の経済性が発揮するほどには大規模化できないので、高コストの製造になり、高価な製品になるであろう。結局は既存の食品企業との厳しい競争に負けるであろう。

農家による零細6次産業は生存できても、大型6次産業は成立しないであろう。それが各地の食品産業をみて歩いた結論である。

(5) 戸別所得補償制度の適切な推進と農林漁業者へのセーフティネットの提供

「食と農林漁業の再生推進本部」が指摘する「戸別所得補償制度の適切な推進やほ場の大区画化と相まって、幅広い関係者による徹底した話し合いや相続等の際に担い手へ農地の集積を促す仕組み等により農地集積を加速化し、農業の競争力・体質強化を図る。」ことに異論はないし、「農林漁業者にセーフティネットを提供する。これによって、農林漁業の多面的機能等を維持する。」ことには大賛成である。

従前、戸別所得補償制度や農林漁業者にセーフティネットが提供されなかったことが問題であり、日本農業の衰退の主因である。今後は、これらの施策を強力に推進してほしいと思う。しかし、現在、日本政府は財政難に直面しており、戸別所得補償制度の財源をいかに確保するかが今後の課題である。

(6) 対案と過去研究からの示唆～美しい農村を残す欧州農政をモデルに～

過去に米国、豪州、ニュージーランド、欧州各国、中国、韓国などの農業・農家を訪問する機会を得た。それらの過去研究で得られた日本農業の将来モデルは欧州の農業である。豪州や米国の農業は、農場が広大過ぎて、また資本金が巨大過ぎて、地形や自然条件、さらには経済条件からみても日本の農業モデルにはできず、欧州農業の方がモデルになるのではなかろうか。

例えば、数年前に視察したスイスの農家は、搾乳牛40頭程度の酪農ではあるが、直接所得補償により農家の収入が補償され、ある意味ではセーフティネットが提供されていた。しかし、農家は草地を綺麗に維持管理する義務を負っていた。農家の草地管理が、綺麗なスイス国土の景観を支えており、スイス観光の基盤になっていた。

「食と農林漁業の再生推進本部」の基本的考え方には、「美味しい」、「安全」、「環境にやさしい」という持ち味を再構築する取組を推進し、需要に応じた農業を実現する。」とあるが、「美しい農村を維持し、それを観光資源としても利用する」との視点が欠けている。

我が国には多くの中国・韓国からの観光客が来るが、大都市から来た富裕な彼らは、小さな都市である我が国の地方都市の繁華街には興味を示さない。むしろ我が国の中山間地の農村の美しい景観に感動を示す。セーフティネットを作り、農家の食料生産を通して、山紫水明の農村、白砂青松の漁村を残すことが最も重要であり、景観に家畜を利用した観光などを取り入れた日本農業モデルの建設が、今後の農業の新たな展開方向であるように思う。

以上のように短期間で農業構造を転換するのは容易ではないが、時間をかけて徐々に大規模化し、全国屈指の農業経営に発展している畜産経営もあるので、次に、それを概観し、普遍化できるか検証しよう。

4. 九州のアグリビジネスのグローバル活動による競争力強化

(1) 徐々に拡大してきた全国屈指の大規模畜産経営

農林水産省が平成 22 (2010) 年 3 月に公表した「食料・農業・農村基本計画」によれば、供給熱量ベースの総合食料自給率は平成 20 (2008) 年度の 41%から平成 32 (2020) 年度には 50%に引き上げる計画である。そのためには飼料自給率 (TDNベース) を、同期間に 26%から 38%に引き上げる必要があると指摘している。さらに、同年 7 月に公表された「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」によれば、輸入飼料への依存体質から脱却して、自給飼料を有効活用し、食料自給率の向上と環境負荷を低減させるような酪農及び肉用牛生産に転換することが重要で、しかも地域や経営における生産条件、生産者の創意工夫や主体性を活かした多様な経営の実現を図らなければならないことなどが強調されている。

かつて英国の肥育牛経営を調査したとき、ジャガイモ、落ちたリンゴ、食品工場から持ち込んだビスケットの屑、パンの耳などが飼料として給与されていた。スイスのエメンタールチーズ用の生乳を生産している酪農家を訪問したときも同様の光景を見た。また、アメリカの繁殖牛農家ではトウモロコシを収穫したあとの畑に牛を放牧して落ち葉拾いをさせていたし、フィードロットではバイオエタノールを生産した後のトウモロコシ粕を飼料に利用していた。彼等の畜産形態の違い、発想の違いを痛感した。国土から乖離した我が国の畜産の在り方に疑問を感じてきた。

そもそも畜産がなければ捨てられていた資源を有効利用し、人のためになる畜産物に転換する機能を持っているのが家畜である。そのような飼養方式が本来的な家畜の飼い方であろう。だが、日本では高度経済成長過程で、諸外国から飼料穀物を輸入し、それを給与して「近代的」な畜産経営を展開し、畜産は「発展」してきた。だが、その飼養方式が日本の食料自給率を引き下げる主因の一つになっていると広く認識されるようになり、いま、その転換が強く迫られている。

とは言え、長く続けてきた輸入飼料依存型畜産経営を転換するには時間が必要であろう。果たして現在の日本の大規模畜産経営は、上記の反省に立った飼養方式、経営形態に移行しようとしているのであろうか、実態調査を通して何が本来的な畜産の在り方の阻害要因であるのか、展開条件は何かを検証してみる必要がある。そのような思い、問題意識を持って日本を代表する約5千頭弱の乳用牛を擁する酪農経営のホンカワグループを再訪した。

(2) ローカル・エコフィードを活かすためにグローバル資源を輸入して発展したホンカワグループの沿革

現在、大分県日田市に本部を置くホンカワグループは①有限会社本川牧場、②株式会社ホンカワ、③J-アグリ株式会社、④J-AGRI CORPORATION、⑤有限会社本川牧場/天瀬、⑥HONKAWA VINA., CO. LTD から構成されている。本グループは55年の歴史を持つ。その小史を振り返ってみよう。現社長の父親が昭和30(1955)年に乳用牛を導入したのが本グループの出発点である。昭和49(1974)年までは、日田市内の住宅地で30頭のつなぎ牛舎で経営していた。昭和50(1975)年に農業構造改善事業により半額補助を受け、農地の取得と農業機械の購入のために5,000万円の借金により、同市内の誠和町美濃台に移転し、同年5月に60頭の搾乳牛用のフリーストール・ミルクパーラー併設牛舎を建設した。農地取得資金は20年間で返済する計画で借りて近隣農地を購入し、乳用牛は徐々に100頭まで増頭した。

昭和54(1979)年有限会社本川牧場を設立し、法人経営にした(資本金200万円)。昭和61(1986)年に代表取締役を現社長の本川角重氏に変更している。翌年に後述の発酵TMR(Total Mixed Rations、完全混合飼料)を製造販売する株式会社ホンカワを設立(資本金1,000万円)し、平成元(1989)年にはTMR工場を建設している。また、平成4(1992)年には畜産環境対策事業により堆肥舎を建設している。

平成8年に農業経営基盤強化事業により牛舎(4割補助)・パーラー(搾乳)棟(2割補助)を新築した(経産牛(出産を経験した牛)355頭規模)。平成10(1998)年には有限会社本川牧場の資本金を1,000万円に増資、社員寮を新築している。平成11(1999)年には育成牛300頭の牛舎を新築し、平成14(2002)年には海外から牧草などを輸入販売するJ-アグリ株式会社を資本金1,000万円で設立するとともに畜産経営活性化事業で和牛繁殖・育成牛舎を新築し、さらに隣県の熊本県阿蘇の草地で初妊牛放牧を開始している。

平成12(2000)年に経営者夫妻が米国の酪農経営を研修する機会があり、ロータリーパーラー(回転する円盤上で搾乳ができる大規模ファーム用機器)を見て、これの導入を決意した。しかし、ロータリーパーラーの導入設置には約1億4,000万を要すると知ったので、更なる多頭化が必要になり、牛舎を新築して規模拡大を図った。再び認定農業者制度を活用してロータリーパーラー導入を具体化し、平成15(2003)年には約1,500頭になった搾乳牛を新設したロータリーパーラーで搾乳できるようにした。

同年には米国のカリフォルニア州に関連会社 J-AGRICORPORATION を設立し、牧草の買い付けと日本への輸出を本格化した。また、堆肥処理施設も新築している。平成 18 (2006) 年には大分県日田市天瀬町塚田に農地を購入し、翌年には放牧と白ネギの栽培を開始した。さらに平成 21 (2009) 年にはベトナムのビタン市に HONKAWA・VINA を設立し、ドライバカス (サトウキビを搾汁した後の残渣を乾燥させた家畜飼料)、バカスサイレージ (サトウキビを搾汁した後の残渣を発酵させた家畜飼料)などを製造し、日本に輸出を開始している。

(3) 有限会社本川牧場の特長的な取組み

①畜産公害対策

牛舎の設計段階より、糞尿が場外や地下に漏出しないように牛床の施工を行なっている。牧場の牛舎は、汚水 (尿) が牛舎から外に出ることが無いよう掃除はもちろんのこと、適度に乾燥した状態を作るように管理している。これは牛の蹄の病をはじめ様々な疾病の予防につながっている。搾乳では、衛生のために洗浄を行なうが、搾乳機をはじめ生乳が通る配管から貯蔵タンク、搾乳室の全てを衛生的に維持、管理する為に洗浄を行なっている。この時の洗浄排水は全て場内に設置している浄化槽に送り、処理後放流している。牛舎内の糞や尿で汚れた敷き料は、併設している堆肥舎に搬入し、発酵させ完熟堆肥 (肥料) にしている。

②生乳の衛生管理

生乳を貯蔵するタンクと生乳が通る配管を設置している部屋は、必要以上に人の出入りが無いよう設計段階から配慮して建造されている。搾乳時の牛の乳頭の洗浄をはじめとする搾乳技術の徹底、搾乳機器の徹底した洗浄、生乳の急速冷蔵や出荷までの衛生管理を行ない、食品衛生基準 HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point : 危害分析重要管理点) 方式を取り入れた設備と管理を行なっている。また、牛の疾病予防と牧場内の衛生管理のため、場内の見学は一部制限している。

③品質方針と環境方針

牛に愛情をもって接し、衛生的であるべき生乳の生産に携わっている事を念頭におき作業に取り組んでいる。

人が食料として利用出来ない植物性残さを主体とした飼料を家畜に与え、人が必要とする食料を生産する農業の仕組みをさらに強化している。家畜の糞尿や、植物性残さを効率的に発酵させ地域の耕種農家に有機堆肥として供給し、地力改善と生産性向上に貢献している。持続可能な社会の実現の為に、自主的改善を継続し、法規制を守り、環境汚染を未然に予防し、環境負荷の低減に努めている。その実現のため環境目的と環境目標を定め 1 年に 1 度環境方針とともに見直すことにより、環境改善活動を継続的に行い、環境汚染の予防を図っている。

環境方針を全従業員が認識し、自主的に環境方針に沿った行動を行うように、従業員教育の周知徹底を図っている。「環境汚染を未然に防止し、環境負荷の低減に努める」をスローガンに全社的に環境安全に取り組んでいる。スタッフ全員が一丸となった結果 ISO 9001・14001 の認証を取得している。

(4) ホンカワグループを成長させた要因

以上のようにホンカワグループは、昭和 35 (1960) 年から現在に至っては、乳用牛約 5 千頭の日本を代表する大規模酪農経営に発展してきている。その要因を考察すると次の 4 点が指摘できる。

① ローカル・エコフィードを取り入れた生乳生産のコストダウン

ホンカワグループの母体である有限会社本川牧場の最大の特長は、立地条件が飼料基盤に恵まれていないこともあり、その初期の段階から地域資源であるミカンや焼酎の搾り粕などを飼料として利活用して、コストダウンを図ってきたことである。

生乳は、牛肉のように品質を高め付加価値を付けて高価格を追及することができない農産物であるので、酪農経営はエコフィード（食品残渣を再利用した家畜飼料）を利活用して生乳生産のコストダウンを図ることが有力な経営戦略になる。近年、エコフィードの用語が用いられる以前から未利用資源の有効利用を実践したローカル・エコフィード利用の先駆者である。

② 多頭化・多角化による経営規模拡大への強い意志

酪農経営は多頭化による生乳生産のコストダウンが可能であることもあり、常に本川夫妻は多頭化を追求してきている。パイプライン方式から多頭化によりロータリーパーラー方式に搾乳方式を進化させ、生乳生産のコストダウンを図っている。

生乳生産のみならず、経営の多角化も追求している。受精卵移植を利用した和子牛生産、自ら開発したローカル・エコフィード活用技術による TMR 飼料製造会社の設立、TMR 飼料の販売会社の設立、TMR 製造に不可欠な乾牧草の海外買付け会社の米国での設立、バカスなどを製造販売する会社のベトナムでの設立、自家堆肥を利用した白ネギの栽培などの経営多角化を展開している。本川夫妻の英知と勇氣には感動させられる。

③ 緻密な計画と補助金の活用

多頭化や多角化には巨額の資金が必要であるが、公的補助金を上手に活用している。それも大きな能力である。過去に農業構造改善事業、畜産環境対策事業、農業経営基盤強化事業、畜産経営活性化事業を活用し、適切な運用により、また順調な資金の返済により公的機関から信頼を得て、それが更に次の補助金の受け入れに繋がったものと推察される。

緻密な計画を策定する必要があったのは、一般銀行を介しての事業の展開があったことが指摘される。県や市町村役場職員、農協職員だけに計画策定を委ねるのではなく、一般銀行と相談しつつ自ら計画を策定してきたことが経営者としての能力を涵養したものと推察される。

④ グローカル・エコフィードの製造販売

地域から排出される焼酎の搾り粕などを利用した TMR 製造には大量の乾牧草が必要であるが、我が国では大量の乾牧草を入手することが困難である。そこで米国とカナダから乾牧草を、ベトナムからバカスなどを輸入している。

地域から排出される焼酎の搾り粕などを資源化するために、不足する乾牧草を輸入し、グローバル商品を製造販売している。ローカル資源を有効活用するには、グローバル資源との融合が必要であることをこの事例は示唆している。

(5) 大規模経営分析からの示唆

グローバルに活躍する大規模畜産経営を分析した。ホンカワグループは、地元の焼酎メーカーの搾り粕などを有効利用し、生乳生産のコストダウンを強みとして大規模化を図ってきた。しかし、大規模化に伴い地元の焼酎メーカーの搾り粕などを用いて TMR を製造するには海外の乾牧草が大量に必要になり、北米に進出して、直接乾牧草を輸入している。さらにベトナムに進出してバカスなどを調達している。地元のローカル資源であるエコフィードを有効活用するには、グローバルに行動し、海外の副資材の直接調達が必要になったのである。

酪農業はミルクプラントで各経営の生乳が合乳されるために、各経営は生乳生産において付加価値をつけにくい。大規模酪農経営にとっては生乳生産におけるコストダウンが有力な戦略になる。そのためにはグローバルに行動し、国内資源と国際資源を有効活用することが必要になっていることを本事例は示している。

5. 中国に移転されたアグリビジネスの競争力

(1) 日本産農産物輸出の課題

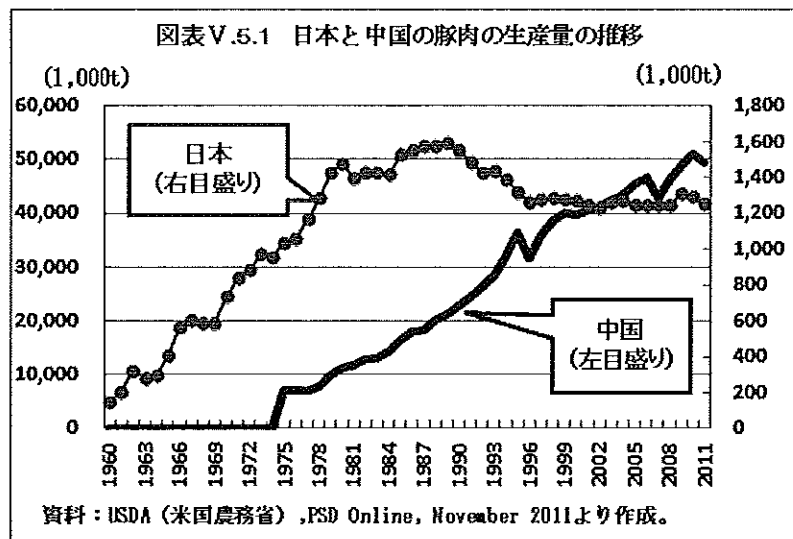
市場開放論者の論拠の一つは日本産農産物の海外輸出である。確かに日本産農産物の海外輸出は増えてきてはいるが、平成 21 (2009) 年度時点で我が国の全農産物生産量 5,580 万トンのうちの 105 万トンで 1.9% に過ぎない。しかも最近では福島原発の風評被害や円高で農産物輸出は苦戦しているのが実態である。そこで、香港、マカオ、中東などへの輸出を増やしている牛肉についてみると最大の輸出ターゲットは中国である。

しかし、現状では、わが国と中国との間には口蹄疫などの動物検疫上の制度的問題があり、貿易はなされていない。では動物検疫上の問題が解決されたら中国への牛肉の輸出は可能であろうか。既に中国において高級和牛系統牛肉の生産が拡大しており、日本からの

和牛肉の輸出は非常に困難であるように思える。否むしろ、動物検疫上の問題が解決したら、中国から高級和牛系統牛肉が輸出されてくるのではないかと危惧される。中国における高級和牛系統牛肉の生産と流通の実態を平成 23 (2011) 年、夏の調査を踏まえて検討するが、その前に中国の豚肉と牛肉の生産と消費の状況を確認しておこう。

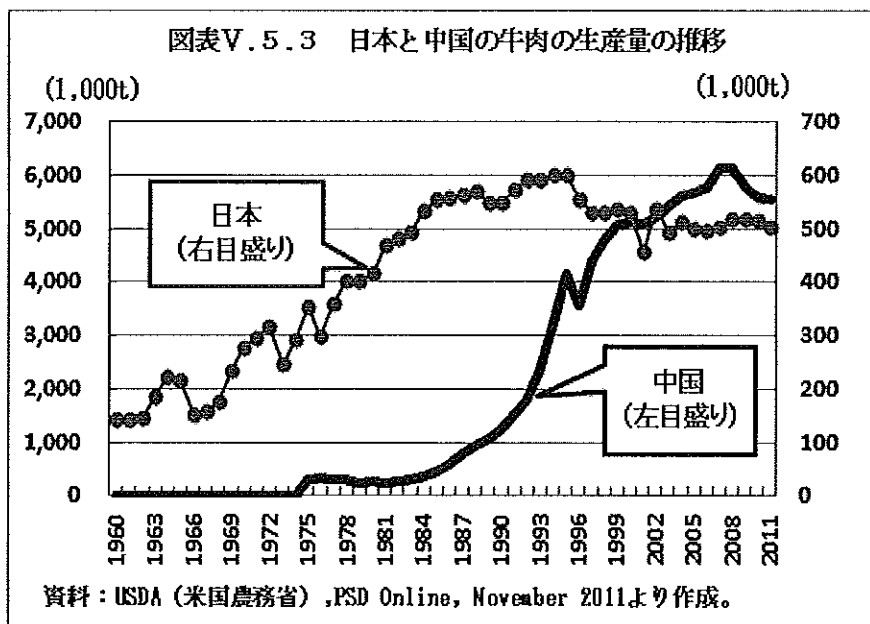
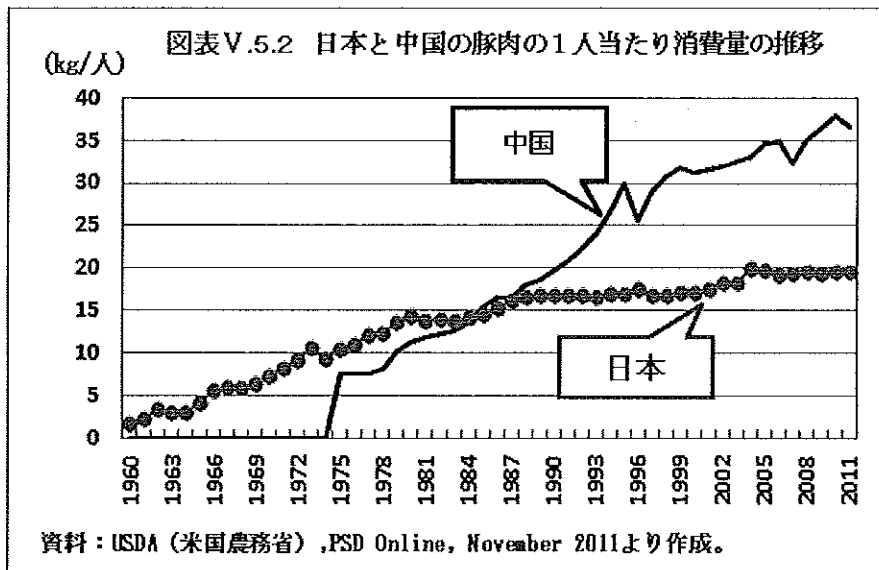
(2) 中国における豚肉と牛肉の生産と消費の動向

従来、中国は豚肉生産が非常に多い国である。図表 V. 5. 1 に示すように中国では 1978 年の改革開放後、急速に豚肉の生産が進展した。日本のそれは 1960 年代であったので、約 20 年遅れの生産拡大であった。日本は 1990 年代に入り畜産環境問題（糞尿公害）などの影響により豚肉の生産は減少を始めている。



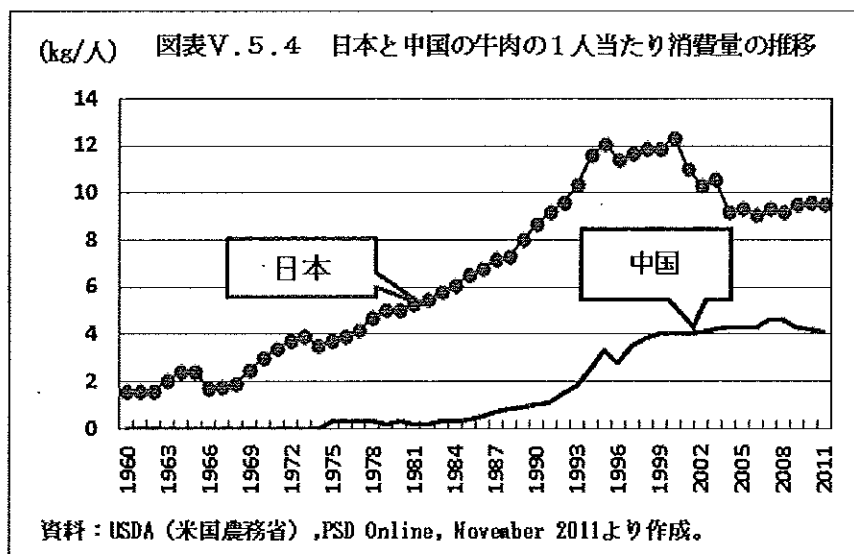
2011年の中国の豚肉の生産は約4,950万トンであり、日本の約126万トンの約39倍である。中国の人口は日本の約10倍であるが、豚肉の生産は約39倍である。世界の豚肉の生産量は約1億トンであるので、中国は世界の約50%の豚肉を生産する世界最大の豚肉生産国であることが分かる。ちなみに中国の人口は世界の19%である。世界人口の19%の中国が世界の50%の豚肉を生産し、消費していることが分かる。ちなみに、1人当たりの豚肉の年間消費量を図表 V. 5. 2 からみると中国は36.7kgであるが、日本は19.5kgである(世界平均は14.6kgである)。

図表 V. 5. 3 から中国における牛肉の生産量の推移をみると、1988年頃から拡大していることが分かる。中国の豚肉の生産拡大は1978年頃からであったので、牛肉の生産拡大は10年遅れであったが、90年代に急拡大している。2011年の中国の牛肉生産量は550万トンであり、日本のそれは50.5万トンであったので、約11倍の格差である。



日本の牛肉の生産は1991年の牛肉の輸入自由化頃から停滞し、1996年頃から減少に転じているが、中国における牛肉生産量の減少は2009年頃からである。ちなみに、1人当たりの牛肉の年間消費量を図表V.5.4からみると中国は4.1kgであるが、日本は9.5kgである(世界平均は8.1kgである)。1人当たりの牛肉の消費量をみると、その減少は日本では2001年のBSE(牛海綿状脳症)発症牛の発見以降であり、中国では2009年以降である。中国の1人当たりの牛肉消費量は減少しているが、高級化しているも事実である。

以下、中国の高級牛肉の生産状況について検討しよう。

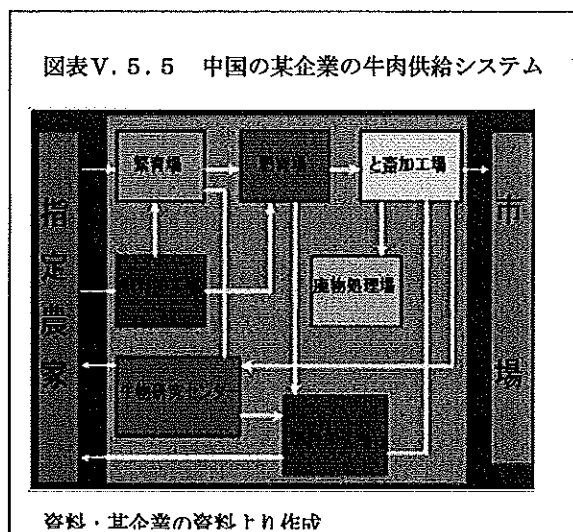


(3) 中国における高級和牛の統牛の生産と流通

平成23(2011)年6月に中国の遼寧省大連市にある畜産企業を訪問した。和牛の生産と流通を調査するためである。驚いたことに1社の中国企業によって和牛系統牛が2か所で計約3万頭飼養されていた。豪州経由で和牛系統種牛を入手し、それを生産拡大している。今後、5万頭増頭し、将来は8万頭に作る計画である。ちなみに、福岡県の平成23(2011)年2月の和牛肥育頭数は約1.3万頭である。

日本式牛舎で、日本式飼養方法で見た目にも素晴らしいA4やA5クラスの牛肉が生産されていた。その企業の日本式焼肉店で試食する機会を得たが、非常に美味であった。霜降ロースが180g当たり428元であった。日本円では5,500円以上である。牛肉1枚が中国庶民の10日分の労賃に匹敵する価格である。それが良く売れているのには驚かされた。

この企業は現在約1万戸の繁殖牛農家と肥育もと牛供給の契約をしており、各農家では増頭意欲が高まっている。この企業では牛の繁殖から衛生的な、と畜加工場を経て市場に出荷するまでの全ての過程を自社内で完成している。肥育牛には熟成した有機飼料を給与し、排出物は肥料加工場に運ばれ、一般農家に販売されている。さらにこの企業では、生物研究センターを持ちクローン牛も生産していた。(図表V.5.5参照)。



生産した高級牛肉を全国に販売する計画であるが、現在は主要都市でしか販売できていない実情である。それは中国では地方都市までコールドチェーンが整備されておらず、チルドでの物流が困難であるからである。今後、中国でコールドチェーンが整備され、さらに冷蔵宅配までが整備されれば、さらに高級牛肉の生産販売は拡大するであろう。

日本の農村で農業研修を受け、日本語が非常に堪能で親日的な社長は、この高級牛肉を日本に輸出したいと希望していた。日中間で動物検疫上の問題が解決され、牛肉の貿易が開始されれば、日本から中国に輸出するより、中国から日本へ輸出する量が多くなるであろう。これぞ「後門の狼」と恐れるべきであろう。TPP 賛成論者の多くの研究者は、ベトナムのコメ、米国や豪州それに中国の牛肉、ニュージーランドの乳製品の生産規模や生産費、輸出体制などの情報をお持ちなのであろうか。一般論としての自由貿易が、輸出国と輸入国に与える経済厚生を増大だけに目を奪われているのではあるまいか。

6. ベトナムの拡大するコメ輸出余力

(1) 世界のコメの生産量と輸出量に占めるベトナムの地位

国際連合食糧農業機関 (FAO) の資料を用いて、2009年現在の世界のコメの生産量と輸出量に占めるベトナムの地位を検討しよう。図表V. 6. 1によれば、ベトナムの世界のコメ生産量 (モミ) に占めるシェアは5.7%であり、世界第5位であり、またコメ輸出量 (精米) に占めるシェアは16.1%で世界第2位であることがわかる。

図表V. 6. 1 世界のコメの生産量と輸出量の国別数量とシェア

(単位: 100万トン、%)

生産量(モミ)				輸出量(精米)			
順位	国名	量	シェア	順位	国名	量	シェア
1	中国	196.7	28.7	1	タイ	6.90	32.6
2	インド	133.7	19.5	2	ベトナム	3.41	16.1
3	インドネシア	64.4	9.4	3	パキスタン	2.52	11.9
4	バングラデシュ	47.7	7.0	4	インド	2.13	10.1
5	ベトナム	38.9	5.7	5	米国	1.71	8.1
6	マレーシア	32.7	4.8	6	ウルグアイ	0.71	3.4
7	タイ	31.5	4.6	7	中国	0.62	2.9
8	フィリピン	16.3	2.4	8	イタリア	0.58	2.7
9	ブラジル	12.7	1.9	9	エジプト	0.56	2.6
10	日本	10.6	1.5	10	アラブ首長国連邦	0.52	2.5
	その他	100.0	14.6		その他	1.51	7.1
	合計	685.2	100.0		合計	21.17	100.0

資料: FAO(国際連合食糧農業機関)、FAOSTAT Online、2011年11月より作成。

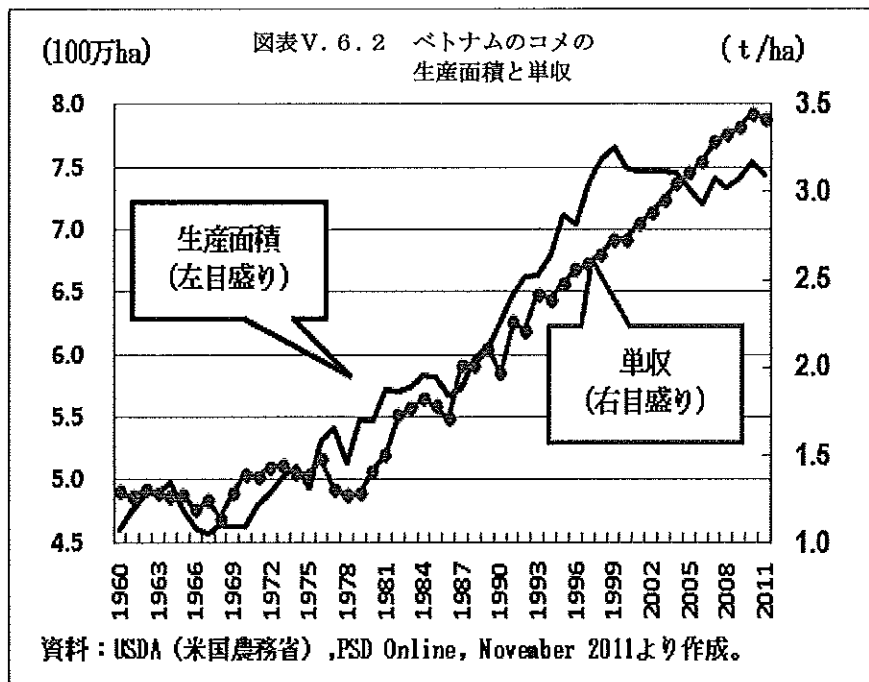
ベトナム農業にとって最も重要なコメは、主に紅河デルタ地域とメコン河デルタ地域で生産されているが、もちろん全国各地で生産されている。ベトナム政府は、2000年6月15日に新たな農業発展戦略を打ち出し、従前の市場経済化によるコメの量的拡大政策から海外市場への販売を前提にしたコメの高品質化へと転換し、2005年6月には、首相決定によってこの路線が補強された。

(2) ベトナムのコメの生産面積と単収

図表V. 6. 2にベトナムのコメの生産面積と単収を示す。コメの生産面積は 1960 年の 460 万 ha から 2011 年には 744 万 ha に、約 50 年間に 1.6 倍に拡大している。

その間の動向をみると、2000 年に従前の量的拡大政策から輸出を前提とした生産効率化政策への転換により、非効率水田の転用が図られた結果、水田面積は 1999 年の 766 万 ha をピークに減少し始めた。しかし、2006 年の 720 万 ha を底に徐々に増加している。その背景には 2008 年の世界的な食料危機と米価の高騰を背景とした 2009 年の水田の転用規制政策が有効に機能しつつあることを物語っている。

単収は、1960 年の 1.29 トン/ha から 2011 年には 3.42 トン/ha に、約 50 年間に 2.7 倍に増加している。特に、農家の生産意欲を刺激した 1986 年の経済自由化政策（ドイモイ政策）と 1988 年の集団農業生産体制の実質的な解体は、単収の増加を誘発した政策であったと評価される。



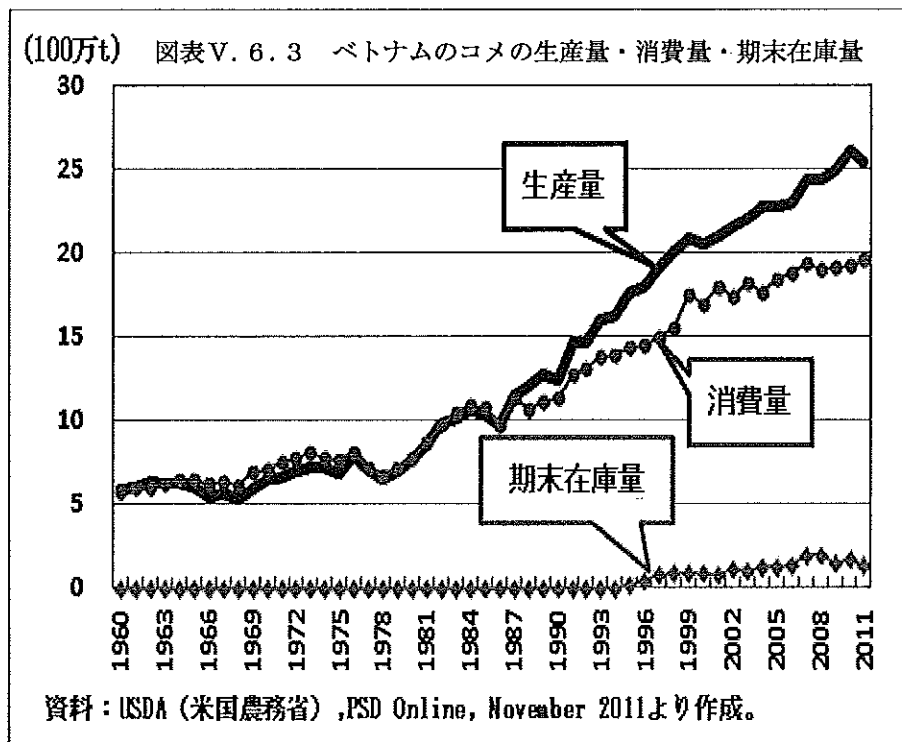
(3) ベトナムのコメの生産量と消費量および期末在庫量

上述の2つの政策は、農家のコメ生産意欲を刺激し、生産面積拡大と単収向上を誘発し、その結果、コメの生産量は図表V. 6. 3のように1980年代の終わりから急速に増加している。

コメの消費量も徐々に増加したが、生産量の増加ほどではなかったため、消費量と生産量との乖離が発生し、それが期末在庫を増やしている。

いまでこそベトナムは世界第2位のコメ輸出国になり、期末在庫もあるような状況になったが、同図が示すように生産量が消費量を上回ったのは、ドイモイ政策が採用された

1986年からである。それ以前の旧ソ連型の統制経済体制の下ではコメ不足とコメ輸入が長く続き、多い年（1969年）には約100万トンのコメを輸入していた。しかし、1986年の経済自由化直後から在庫が発生したことは、ベトナムの農民が自由経済体制に敏感に反応したことを物語っている。



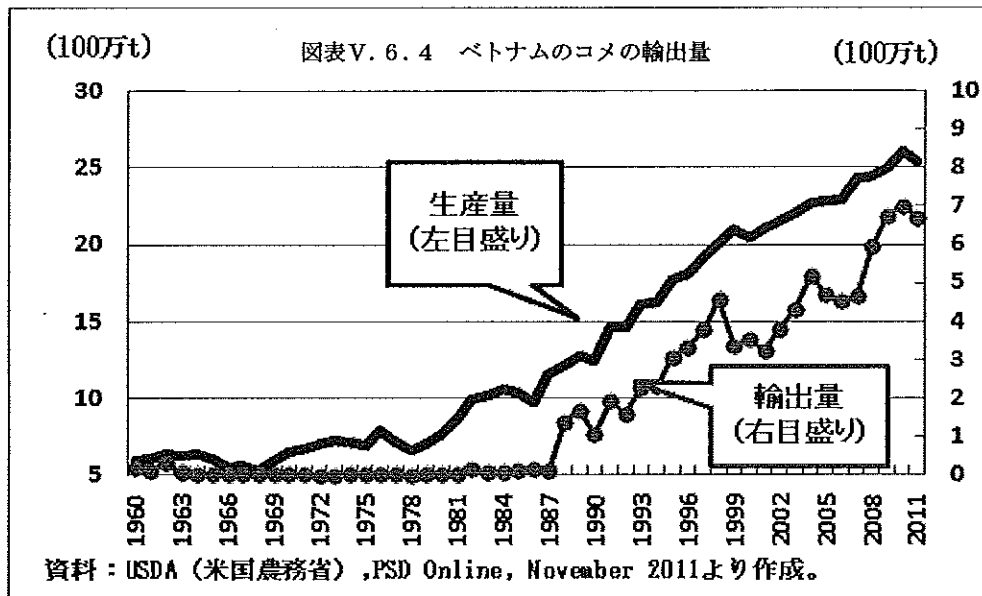
(4) ベトナムのコメの輸出量

ベトナムのコメの輸出量を図表V. 6. 4に示す。1988年の集団農業生産体制の実質的な解体後から増加しはじめ、急速に拡大してきた。現在では生産量の26%を輸出している。

この間、2回のコメ輸出減少期がある。第1回目は1999年から2001年であり、1998年の456万トンから、330万トン前後に減少している。また、第2回目は2005年から2007年であり、2004年の517万トンから、460万トン前後に減少している。

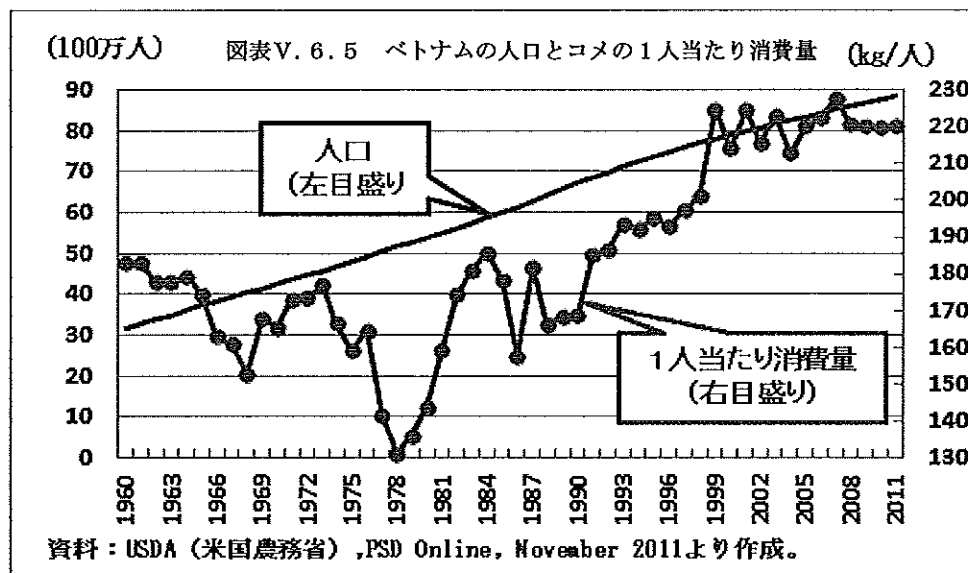
第2回の輸出減少期の直後の2008年には、ベトナム国内のコメ価格が上昇するとともに、世界的なコメをはじめとする穀物価格上昇が発生した。そのためベトナム政府は、2008年3月には新たなコメ輸出契約の一時停止を発表し、同8月には臨時の輸出税も課した。

しかし、ベトナムの農民が高価格に敏感に反応し、特にメコン河デルタでの増産が契機になって2008年のコメの輸出量は600万トン程度に拡大した。



(5) ベトナムの人口とコメの1人当たりの消費量

ベトナムの人口は、図表V. 6. 5に示すように1960年の3千万人から最近では約9千万人に、50年間に約3倍に増加している。世界の人口が前述のように同期間に約2.3倍に増加しているだけであるが、ベトナムでは約3倍に増加している。



ベトナムでは農村労働力の都市への移動によるコメ生産力の低下が懸念される一方で、人口の膨張がコメ消費の増加をもたらし、将来ともコメ輸出大国の地位を維持できるか懸

念されている。

コメの1人当たりの消費量は、コメの生産量に応じてかなりの変動を繰り返してきたが、最近では220kgで推移している。

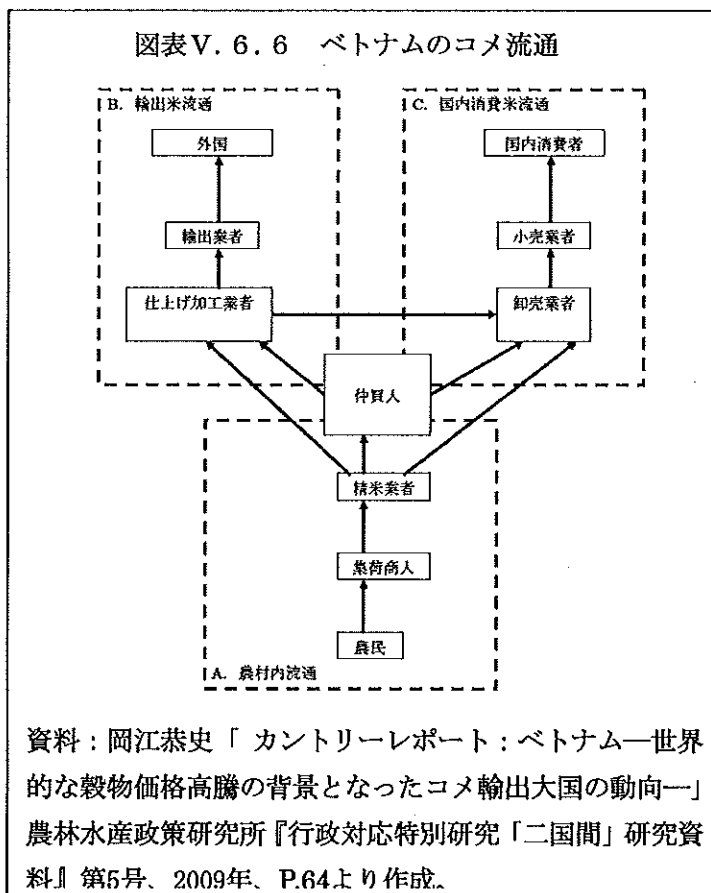
ベトナムの料理は、基本的に中国の華南同様にコメ食文化であり、炊いた米飯、炒めたチャーハン、粥、チマキはもちろん、それ以外にフォーなどの麺類や春巻きの皮などもコムギではなく、コメ粉で作られている。ベトナムでは栄養の多くをコメから得ていることが分かる。

(6) ベトナムのコメの流通と貿易

①ベトナムのコメの流通

図表V. 6. 6はベトナム国内のコメ流通について単純化して図示したものである。

図中のAは、農村内のコメの流通を示している。ベトナムの農家の生産するコメのうち販売されるのは、全国平均で3分の1程度であり、コメは自家消費用に栽培され、余剰米がモミで販売され、市場で流通する。集荷商人が農家からモミを買い付け、精米業者に販売する。精米業者の多くは精米施設の技術水準が低いので、玄米加工までしか行われない。この段階では国内消費用と輸出用との区別はない。



図中のBは、輸出米の流通経路を示す。産地の主要集荷拠点において仕上げ加工業者が、農村内の精米業者から半加工米（玄米）を買い付け、白米への仕上げ加工や袋詰めを行う。その仕上げ加工後に碎米の分別を行い、品質の分類を行う。品質によりコメは各市場（国内消費用・商業輸出・援助米）へ価格をつけて販売される。

図中のCは、国内消費米の流通経路を示す。卸売業者が仕上げ加工業者から加工米を仕入れ、都市の小売業へ販売する。この段階の流通は、政府の価格統制もなく市場原理によって

営まれている。高品質米は輸出にまわされる傾向が強かったので、国内米価は輸出価格より低い傾向にあった。また政策的にも1999年までコメに輸出税が課せられ、国内米価が国際価格を下回るように誘導されていた。だが近年都市住民の所得向上によって、国内でも高品質なコメが出荷・流通されるようになった。

②ベトナムのコメの貿易

ベトナムでは、コメの年間需給計画が策定され、それに基づき輸出量が決定される。ベトナムのコメ年度は暦と同じで1月から12月期である。年度当初に商務省、農業省、ベトナムコメ輸出協会がそれぞれにデータを持ち寄って当年度の需給計画を検討する。

農業省は全国各地に存在する事務所（主に農業生産部局と統計部局）を通じて生産コストや収量などのデータを収集する。商務省は輸出量や市場価格などのデータを、また、ベトナムコメ輸出協会は農業地帯に散在するコメ輸出業者から収集した情報を持ち寄る。この中で、ベトナムコメ輸出協会は、メンバー企業がコメ生産現地に最も近いところに存在し、農村地帯の情報をよく集め、また、海外の情報も豊富に入手している。従って、この3者会合は民間ながら重要な位置を占めている。

7. 福岡市における都市型農業の3つの展開方向～市場流通、輸出、産直～

(1) ブランド化による市場流通支援

物やサービスは図表V. 7. 1のように4つの市場で供給され販売される。その市場を形成する要因は①生産者の数、②参入の難易度、③製品差別化（ブランド化）の3要因である。

市場の第1は完全競争市場である。一般の農産物のように生産者が多数で、誰でも生産に参加でき、その生産物は同一であり、ブランド化されていない農産物の市場である。魚沼産コシヒカリなどのような一部のブランド化された米を除いた一般の米などの市場がそれに該当する。完全競争市場の場合、個々の生産者（産地）が直面する需要曲線は水平であり、長期的には価格は図表V. 7. 2の平均費用曲線（ATC）の最低点に落ち着き、ブランド化されず、超過利潤は発生しない。

図表V. 7. 1 4つの市場と市場形成要因

市場	生産者の数	参入の難易度	製品差別化	例
完全競争市場	多数	容易	なし	一般の農産物など
独占的競争市場	多数	容易	あり	牛肉、高級レストランなど
寡占市場	少数	困難	あり	自動車、ビールなど
独占市場	一社	非常に困難	なし	電気、ガスなど

資料：甲斐論「わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題」日本食肉消費総合センター
『わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題』2011年より作成。

市場の第2は独占的競争市場である。神戸牛などのようにブランド化された農産物の個々の生産者（産地）の直面する需要曲線は右下がりになっている。「右下がりになっている」と言うより、ブランド化により需要曲線を「右下がりにした」と言う方が適切である。個々の生産者（産地）の直面する需要曲線を右下がりにしたので、一面では「独占的」と言われるが、他方完全な独占でないので生産者（産地）が多く、参入も容易であるので「競争」が激しい。そのため独占的競争市場と呼ばれる。

市場の第3は寡占市場である。生産者は少数で、参入は困難で、製品はブランド化されている。自動車業界やビール業界がそれであり、寡占企業はトヨタなど少数である。

市場の第4は独占市場である。生産者は一社で、参入は非常に困難で、製品には比較対象がないので、ブランド化される必要がない。電気業界やガス業界がそれである。牛肉をブランド化し、競争者が少ないときは独占的競争市場で販売することになるので、

生産者（産地）は図V. 7. 2のように利潤を獲得することができる。

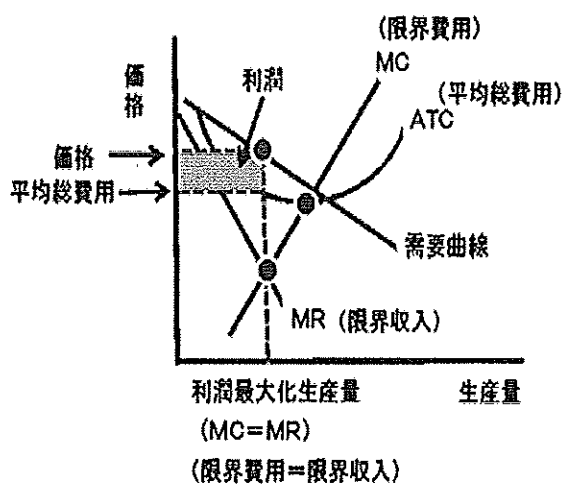
もし、わが国がTPPに加入すれば、米国や豪州から牛肉が、ベトナムから米が輸入されてくるが、それに対抗するにはわが国の牛肉や米をより強くブランド化し、輸入牛肉とは明確に差別化する戦略を強力に展開していくことが重要である。「前門の虎」、「後門の狼」に対抗するために、わが国の牛肉や米をより明確にブランド化し、競争力を強化する必要がある。

（2）農産物の輸出促進支援

農林水産省は、農林水産物の輸出を促進し、平成29（2017）年までに1兆円水準を目指してきたが、リーマンショック以降、減少に転じた。

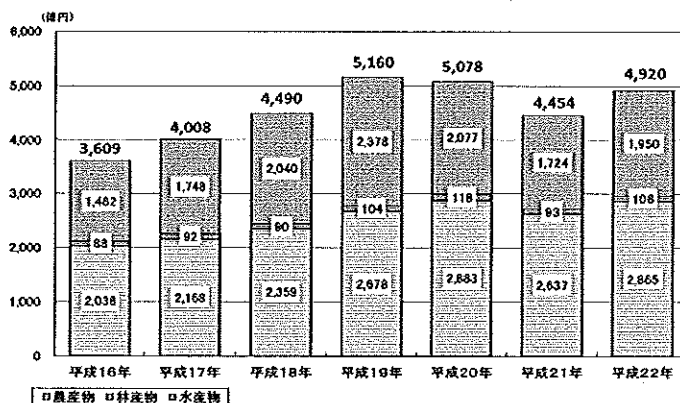
しかし、平成21年（2009）年秋以降、増加傾向に回復し、平成22（2010）年には4,920億円になった（図表V. 7. 3）。

図表V. 7. 2 ブランド化による競争力強化



資料：甲斐論「わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題」日本食肉消費総合センター『わが国の産地銘柄牛肉ブランド化の現状と課題』2011年11月作成

図表V. 7. 3 わが国の農林水産物輸出動向



資料：農林水産省農産物輸出入統計より。

だが、平成23（2011）年には東京電力福島第一原子力発電所の事故を受けて、多くの輸出する先国が各種規制を採用したため、大幅に輸出が減少した（図表V. 7. 4）。

総輸出額は2.7%の減少であったが、農林水産物は8.3%減少し、特に畜産物は21.9%も減少した。畜産物減少の主因は中国が輸入していた粉乳等の酪農品であり、逆に牛肉だけは2.4%の増加しており、高級和牛などは海外で強い需要があることが判明した。九州には佐賀牛、宮崎牛などブランド和牛があるが、近年、博多和牛も脚光を浴びており、これの輸出促進を支援すべきであろう。

図表V. 7. 4 東日本大震災前後の農林水産物輸出の変化

(単位：億円、%)

	平成22年	平成23年	前年増減率
総輸出額	673,996	655,551	△2.7
うち農林水産物計	4,920	4,513	△8.3
うち農産物計	2,865	2,652	△7.4
うち畜産物	395	309	△21.9
うち牛肉	34	35	2.4
うち酪農品	154	56	△63.4
うち農産物	2,467	2,341	△5.1
うち林産物計	106	123	16.5
うち水産物計	1,950	1,737	△10.9

資料：農林水産省農産物輸出入統計より作成。

海外の規制措置緩和による輸出拡大には、海外のメディア等を活用した情報発信に加え、輸出先国・地域の一般消費者等に対しても直接働きかけることが重要である。特に、東日本大震災後も輸入を増加させているベトナム、タイ、豪州、フィリピンにおいて、一般消費者等に対し、試飲食や料理デモ、実演販売等による直接的なプロモーションを実施し、

需要を喚起することが重要である（図表V.7.5）。

図表V.7.5 農林水産物の輸出先（2011年）

（単位：億円、％）

輸出先国	輸出額	割合	前年増減率
香港	1,111.4	24.6	△8.1
米国	665.8	14.8	△2.9
台湾	590.7	13.1	△3.0
韓国	406.0	9.0	△12.0
中国	358.6	7.9	△35.4
EU(27カ国)	246.2	5.5	△0.4
タイ	237.7	5.3	12.3
ベトナム	196.8	4.4	27.0
シンガポール	140.9	3.1	2.1
フィリピン	61.8	1.4	3.7
豪州	59.3	1.3	11.2
マレーシア	49.8	1.1	4.8
オランダ	48.6	1.1	3.3
ドイツ	44.2	1.0	△2.3
インドネシア	40.3	0.9	△10.1
ガーナ	9.6	0.2	1,295.8

資料：農林水産省農産物輸出入統計より作成。

福岡県では、早くから農産物の輸出に取組み、平成4（1992）年から13（2001）年度までは香港でアンテナショップを展開し、平成14（2002）年度から、香港で商談会を開催し、台湾では量販店で試食販売などを実施した。さらに平成16（2004）年度～19（2007）年度には、香港、台湾で販路拡大努力をし、シンガポール、タイ、米国、欧州などで販路拡大を図り、平成20（2008）年度には農林水産部内で輸出促進室を開設するなど、福岡県は他の自治体に比較して早くから農産物の輸出に取り組んできた。

平成22（2010）年の農産物の輸出を20億円にする目的を持って施策が展開されて来たが、現実には輸出額は伸び悩みの状態である（図表V.7.6）。

その中であって、イチゴのあまおうは輸出数量を伸ばしてきており、平成15年の1.4トンから平成22年度には74.2トンに増加している。今後ともブランド品である、あまおうを中心としたイチゴの輸出を、円高の状況ではあるが、促進していくことが重要で、そのための支援が必要である。

図表V.7.6 福岡県における農産物輸出金額の推移

（単位：億円、t、％）

	平成15年度	16	17	18	19	20	21	22	前年度増減率
農産物：金額	2.0	4.2	6.1	8.2	10.4	10.5	10.8	10.5	△3.0
あまおう：数量	1.4	23.4	40.0	51.7	70.4	65.2	72.8	74.2	1.9

資料：福岡県提供資料より作成。

(3) 農産物直売所の活性化支援

平成 22 (2010) 年 3 月現在、福岡県内には 215 カ所の直売所があり、総販売額は 317 億円と推計されている。そのうち、1 億円以上の販売額がある直売所は、75 カ所である。農産物直売所には、①販売額向上による地域経済活性化機能、②生産者と消費者の直接交流機能～情報の非対称性解消～、③食料の自給率向上機能、④フードマイレージ短縮機能 (物流エネルギーと CO2 の削減機能)、⑤新鮮さを防波堤にしたセーフガード機能、⑥社会化されなかった資源の社会化機能、⑦グリーンツーリズムのための都市農村交流センター機能、⑧食育推進機能、⑨生産者の身体的健康増進機能 (医療費削減機能)、⑩生産者の精神的健康増進機能、⑪消費者をもてなす機能がある。

農産物直売所には多くの消費者が朝早くから来ており、特に週末の農産物直売所は賑わっている。筆者の実施した消費者アンケート分析によれば、次式のように、県内のある農産物直売所で販売されている野菜の総合評価は、価格、品揃え、品質などが要因となって、高い評価を得ていた。

$$\begin{aligned} \text{野菜の総合評価} = & 0.2675 + 0.1518 \text{鮮度} + 0.1855 \text{品質} + 0.1836 \text{品揃え} + 0.2799 \text{価格} + 0.1345 \text{安全} \\ & (2.5492) \quad (3.3322) \quad (5.6069) \quad (10.3476) \quad (3.7867) \\ & R^2 = 0.7364 \end{aligned}$$

また、筆者の実施した生産者のアンケート調査によれば、生産者が、農産物直売所に自分の生産物を出荷して、「人生を楽しい」と感じる割合が高いことが計量的に判明したが、これは農産物直売所への出荷が、経済的に豊かになるだけでなく、人とのふれあいや自分の生産物に自分で価格を決めて出荷できるという自己実現を実感できるからであろう。直売所の隆盛の一因として、生産者が感じる非価格要素の重要性を認識すべきである。

福岡市内にも 5 カ所の福岡市農業協同組合が運営する農産物直売所 (博多じょうもんさん) があり、また量販店内で販売するインショップが 3 カ所あり、いずれも活況を呈している。今後とも消費者と生産者に対してホスピタリティ機能がある農産物直売所の開設、運営を支援して行くことが必要である。

8. むすび

本章では、わが国と福岡県、福岡市の農業構造について概観し、政府が今後展開しようとしている農政を批判的に検証して、5 年間で農業経営規模を 10~15 倍に拡大することは困難であるが、現在、グローバルに経営している先行事例を参考に大規模経営の展開条件を吟味することの重要性を指摘した。

さらに日本の技術移転を受けて中国で高級牛肉を生産している企業を分析し、中国から高級牛肉が輸出される可能性もあることを明らかにした。また、TPP に加入しているベトナムからジャポニカ米が輸入されてくる可能性も指摘した。

そのような内憂外患の状況の中で、福岡県、福岡市の農業支援としては、農産物のブランド化による市場流通の活性化、農産物の輸出、農産物直売所の支援の 3 つが重要である

ことを指摘した。

参考文献

- ・甲斐論（2008）『食農資源の経済分析』農林統計協会。
- ・甲斐論編著（2011）『食品流通のフロンティア』農林統計出版。
- ・甲斐論（2012）「T P Pと肉用牛産業」『週刊農林』第 2139 号。
- ・甲斐論（2012）「ベトナムにおけるコメ需給の現状と課題」『中村学園大学流通科学研究報』第 6 号。

