



大泉 一貫氏

プロフィール／1949年 宮城県生まれ。東京大学大学院修了、農学博士。専門は農業経営学、地域経済論、食品流通事業論。現在、宮城大学副学長。政府の「食と農林漁業の再生実現会議」（議長：野田総理）や農林水産省「食料・農業・農村政策審議会」委員などを歴任。著書に『日本の農業は成長産業に変えられる』『日本農業の底力』などがある。

——顧客志向型の代表例、オランダでは他産業との融合がみられますか。

園芸農業で世界を席巻するオランダでは、農村を旅すると、農村に似つかわしくないビルが所々建っています。これらのビルには、最先端のIT企業が入り、ハウスの作付けや、施設園芸の鍵を握る土壌、CO₂、湿度、温度などを全てITで管理し、ノウハウを蓄積しています。

トマトの収量で見ると、生産性の違いは一目瞭然。日本では、10a当たり平均で10トン、国の将来目標が20トンであるのに対し、同国では現在、日本の7倍の70トン、将来的には100トンまでも視野に入りつつあります。

この事例からは、他産業、特に

急速に発展してきたIT企業との融合は、生産性の引き上げに有効であり、国際競争力に決定的な影響を及ぼすことが判ります。

——お米の場合は、生産性や競争力の向上は難しいのでしょうか。

日本の米作りは、零細・家族経営が中心で、生産性向上には確かに難しい面があります。しかし、20haの規模では2000万円、30haだと3000万円の売上となり、所得はその半分を期待できます。担い手のいない田んぼの耕作委託を進め、大規模化を図ることで、米作りが成長産業となる可能性があります。

また米の生産性を国際比較すると、現在、生産者価格は、日本の240円/kgに対し、米国は

140円/kgと大きな差があります。

しかし、日本の米の収量は現在の500kg/10aに対して、昭和30年代には1トンもあり、それに近付けることで、生産者価格を半程度にまで引き下げられます。

日本の米価が高い背景には、40年代以降の減反政策のもと、米の品種改良で収量を犠牲に美味しさを追求してきたことがあります。今後、収量拡大にも目を向けた品種開発を進めれば、収量の劇的な引き上げができます。そうすれば、国際競争力は大幅に改善し、米の輸出も可能となります。



高い生産性を誇るオランダの施設園芸（トマトのハウス栽培）
[写真提供：オランダ大使館 Henk de Graaf]

——日本の農業は成長できるという点ですか。

そうです。本来、市場の発達した先進国の農業ほど市場対応力が備わり、成長力は高まります。

日本の農業は、①市場ニーズに合わせた顧客志向の徹底、②一定の規模拡大も含めた生産性向上の飽くなき追求、③他産業のノウハウを取り込む6次産業化、を目指すべきです。また、その実現に向け、農業経営者を生み出すため、他産業からの参入を促すことが、有効かつ重要だと考えられます。

——他産業からの参入を増やすためには何が必要でしょうか。

農地法の改正に伴い、企業等の農地賃借による参入に対する規制は大幅に緩和されましたが、参入は劇的には進んでいません。その背景には、借りられる農地の場所が判らないこと、農業のノウハウを蓄積するのに時間がかかること、農産物の販売先が確保できないこと、などがあります。

これらの問題は、借りられる農地の情報提供や、栽培技術の標準化・見える化、契約栽培の推進などで必ずクリアできると思います。

日本の農業は間違いなく成長産業に変えることができます。



宮城大学 副学長

大泉 一貫氏 インタビュー

「日本の農業は成長産業に変えられる」

聞き手：編集事務局



日本の農業の現状と問題点

——日本農業の現状をどのようにご覧になっていますか。

日本の農業は、担い手の平均年齢が65.9歳と高く、全国の耕作地は1961年の609万haから463万haへと4分の3に減少する一方、耕作放棄地は38万haと埼玉一県分に拡大するなど、非常に厳しい状況にあります。

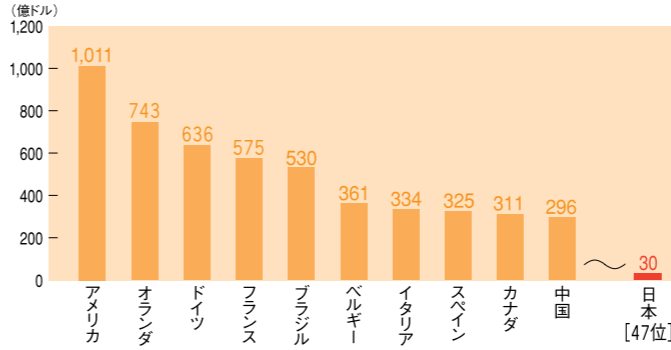
——それは日本の農業が、小規模で生産性が低いためでしょうか。

農業の国際競争力を端的に反映する農産物輸出額をみると、確かに大規模農業の典型であるアメリカが世界一です。しかし、世界第二位は九州とほぼ同じ面積のオランダです。ドイツ、フランス、ベルギーなど、決して大規模農業とは言えない他の欧州各国も上位に入っており、耕作面積の広さだけで競争力が決まる訳ではありません。

——なぜ、国土の狭い国でも競争力を保てるのでしょうか。

極めて単純ですが、成功の秘訣は「顧客志向の徹底」です。得意

農産物の国別輸出額 [上位10カ国] (2009年)



とする分野に特化し、消費者のニーズに合わせて付加価値を高め、市場を確保することです。

例えば、オランダは園芸、デンマークは豚肉・乳製品などに特化し、高い競争力を保持しています。

——日本はオランダなどの農業とは違うのでしょうか。

日本の農業の大部分は、顧客志向の対極にあります。

日本は、戦前より農村の庇護と食糧確保のため、「米を作れば、政府が全部買い上げ、政府が言う通り農家はやれば幸せになれる」

成長産業への転換を促す力

——農業を顧客志向型に変えるには、どうすればいいのでしょうか。

昭和初期以前には、日本の農業社会にも「経営者」がいました。彼らは、農業だけではなく、酒や醤油等の醸造業、廻船問屋など様々な事業に携わり、市場のニーズに触れながら、その中で農業の位置づけを考え、農業を「経営」してきました。その結果、地域経済、ひいては日本や世界の経済とのつながりの中で、顧客志向型の農業を実現し、発展させ、農村に住みながら素封家、名望家となったのです。

この事例から、農業を単独で行うよりも、他産業と融合した形で経営することが、顧客志向型の農業を実現する上で望ましいことが判ります。