

農業高校から企業へ

Help!!日本の農業

神奈川県立相原高等学校

ID : SL600288

チーム名

A選択総合社会チーム

チームリーダー

市村 亮直 (情報処理科3年)

チームメンバー

山本 脩太 (畜産科学科3年)

岩岡 覚起 (畜産科学科3年)

佐野 宏信 (畜産科学科3年)



“コーヒーかず”をまいている様子

指導教諭

黒柳 幸子

投資銘柄	市場	投資金額
ユニカフェ	東証1部	824,175
カゴメ	東証1部	342,000
ワタミ	東証1部	529,920
北海道コカコーラボトリング	東証2部	764,805
阪急百貨店	東証1部	198,379
パンダイナムコホールディングス	東証1部	845,790
ファーストリテイリング	東証1部	169,800
トーホー	東証1部	169,150
東日本旅客鉄道	東証1部	678,600
エイチ・アイ・エス	東証1部	258,000
合計		¥4,780,619

1. 『臭い！ 汚い！ モテない！』

相原高校の畜産科学科では、農業高校であるにも関わらず、進路希望で農業への就職を希望する生徒が殆どいないという状況が毎年続いています。そこで生徒たちに、なぜ農業への就職をしたくないのかと聞いてみたところ、皆が口をそろえて言った答えが、この項のタイトルにもなっている『臭い・汚い・モテない』の3つでした。

彼らだけでなく、今の若者の多くは、農業に対して同じようなイメージを持っていると思います。次の項で詳しく紹介されていますが、日本の農家の数は減少し続けていて、高齢化も進んでいます。そんな中で、次世代の担い手たちが農業にマイナスイメージばかりを持っているのは、この先日本の農業はますます衰退してしまうでしょう。しかし、現在の状況のままでは衰退を避けることは出来ないと、農業に関わる誰もが気付いています。

そこで私達は、「日本の農業を活性化させるために、企業が出来ること」というテーマで、レポートを作成しました。日本の農業を活性化させ、イメージを向上させ、もっと関心を持ってもらうためには、企業の経営力、宣伝力などが不可欠だと思ったからです。私達のアイデアや、既に取り組まれている事例などがまとめられていて、とても中身の濃いレポートになりました。

このレポートを、ぜひ実際に企業の方に見て頂き、もっと多くの企業が「農業」という、成長をする可能性を秘めた産業に関心を持ってもらえれば...と思います。

2.日本の農業の現状

(1) 農家数の減少

日本の農業は、以前から各所でいわれているとおり農業戸数、農業就業者数は減り続けています。それは、下の表を見てもわかることです。

農家戸数、農業就業者数は一貫して減少(昭和35年に比べて戸数は半分、就業者数は1/4)。就業者の半数以上が65歳以上であり、高齢化が進展。

○ 農家戸数と農業就業人口の推移

	昭35年	40	45	50	55	60	平2年	7	12	13	14	15	16
農家戸数(万戸)	606	566	540	495	466	438	383	344	312	307	303	298	293
專業農家(%)	34.3	21.5	15.6	12.4	13.4	14.3	15.4	16.0	18.2	18.9	19.5	20.1	20.4
兼業農家(%)	65.7	78.5	84.4	87.6	85.6	85.7	84.6	84.0	81.8	81.1	80.5	79.9	79.6
農業就業人口(万人)	1,454	1,151	1,035	791	697	636	565	490	389	382	375	368	362
うち65歳以上人口(万人)	-	-	-	166	171	185	202	227	206	207	208	207	206

資料:農林水産省「農林業センサス」、「農業構造動態調査」

注1:平成12年～16年の農業就業人口は、販売農家の数値である。

2:平成12年～16年の專業農家割合と兼業農家割合は、販売農家に占める割合である。

※ 販売農家 : 経営耕地面積が30a以上又は農産物販売金額が50万円以上の農家。

(2) 新規就農者数

日本では、上記のとおり農家数が年々減少しています。ところが、平成2年を境に新規就農者数は上向き傾向にあります。39歳以下の新規就農青年は平成15年には平成2年の約3倍近い人が農業を始めています。しかし、40歳以上の新規就農中高年は、平成15年には平成2年の約6倍以上に増えています。

新規就農者は平成2年を底に若干上向き。
平成15年の新規就農青年(39歳以下)は1万1,900人、新規学卒就農者は2,200人。

○ 新規就農者等の推移

	新規就農青年 (39歳以下)		中高年 (40歳以上の 離職就農者)	合計	
	うち新規学卒就農者	うち離職就農者			
	(千人)	(千人)	(千人)	(千人)	
昭和60年	20.5	4.8	15.7	73.4	93.9
平成2年	4.3	1.8	2.5	11.4	15.7
7	7.6	1.8	5.8	40.4	48.0
12	11.6	2.1	9.5	65.9	77.1
13	11.7	2.1	9.6	67.8	79.5
14	11.9	2.2	9.7	68.0	79.8
15	11.9	2.2	9.7	68.3	80.2

資料：農林水産省「農業構造動態調査」、「農業センサス」等。

(注)1. 「離職就農者」とは、他産業への勤務が主から農業への従事が主になった人。

(在宅、Uターンを問わない。中高年齢者の離職就農者には、他産業に従事しながら農業にも従事していた者が退職の結果農業が主となったものが含まれる。)

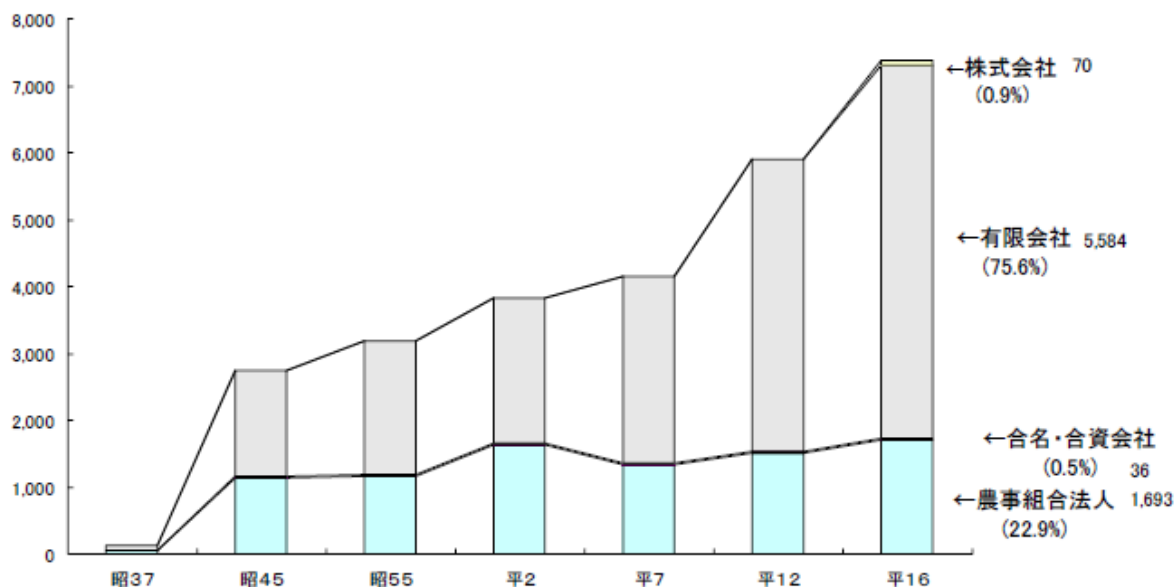
2. 平成3年以降は「販売農家のみ」の調査値である。

(3) 担い手不足による規制緩和

平成13年3月から特区で株式会社による農業参入が認められ平成16年からは法律の改正によって全国で株式会社による農業参入が認められた。

農業生産法人数は増加しており、平成16年1月1日現在7,383法人。
平成13年3月からは株式会社形態も認められ、70社(平成16年7月現在は86社)が参入。

○ 農業生産法人の推移



資料:農林水産省経営局構造改善課調べ

(4) 担い手の多様化

集落単位で共同して農業生産を行う取組(集落営農)や専門に農作業の受託を行うサービス事業体など、多様な担い手が活動。

○ 主要作物別集落営農数

(単位：集落営農)

	集落営農数計	水稲・陸稲	麦類	雑穀・いも・豆類	飼料用作物	その他の作物
全 国	9,961	7,002	1,238	889	284	548
北海道	647	166	234	62	129	56
都府県	9,314	6,836	1,004	827	155	492

資料：農林水産省「農業構造動態調査(平成12年)」

○ 活動内容の種類別集落営農数割合(複数回答)

(単位：%)

区 分	実集落営農数	農業機械を共同所有		集落内の営農を一括管理・運営	認定農業者、農業生産法人等に農地の集積を進め、集落単位で土地利用、営農を実施	農家の出役により、共同で農作業(機械利用以外)を実施	作付地の団地化など、集落内の土地利用調整
		参加する農家で共同利用	オペレーター組織が利用				
全 国	100.0	43.5	49.6	12.1	10.0	31.0	50.9

資料：農林水産省「農業構造動態調査(平成12年)」

○ 農業サービス事業体数

(単位：事業体)

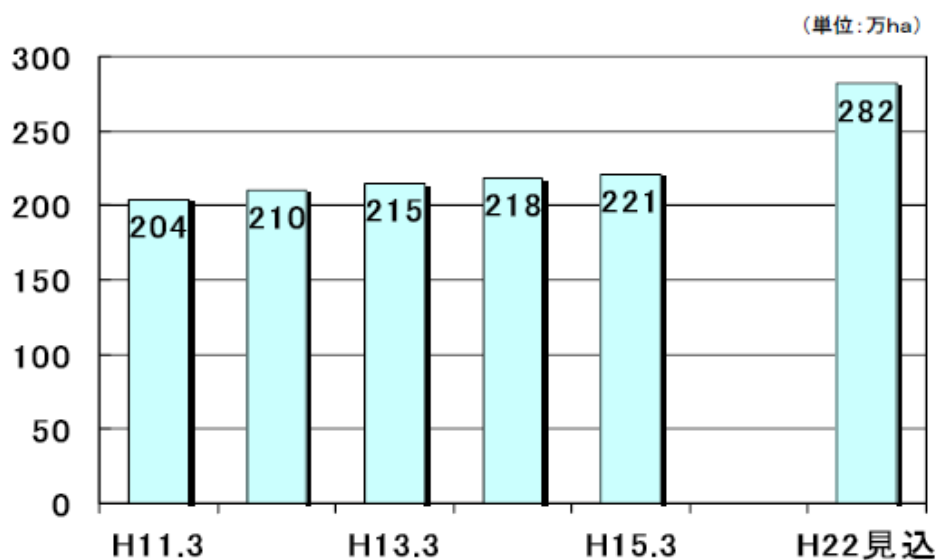
総事業体数	法 人						地方公共団体	非 法 人	
	農事組合法人	会 社			農協・その他の農業団体	その他の法人		任意組合	その他
		株 式	有 限	合名・合資					
19,706	346	89	228	8	6,777	82	97	11,556	523

資料：農林水産省「2000年世界農林業センサス」

(5) 担い手増加による農地集積面積の増加見込み

担い手への農地の利用集積面積は221万ha(平成15年3月末現在)で、平成22年の集積見込面積282万haの78%。

○ 担い手への利用集積面積の推移



資料:農林水産省経営局構造改善課調べ

3.日本の農業復活への道

提案1 - 団塊世代でGO！！

私は、新規就農者数の表を見て、団塊の世代（中高年）が農業に関心を持ちはじめているのではないかと思いました。そこで、団塊の世代の方々に農業が出来るような支援を行っている会社や「この企業を実施すれば面白そうだなあ」という企業に絞込み以下の3企業を選択しました。

企業名	購入株式数
東日本旅客鉄道	0.9
トーホー	199
エイチ・アイ・エス	100

企業選択理由

【東日本旅客鉄道】

【エイチ・アイ・エス】

東日本旅客鉄道は、日本の鉄道会社で一番の規模を誇っています。その会社がどのように農業関連に着手するかというと、旅行部門の“びゅう”で段階の世代向けの農業旅行企画を展開してもらう。往復ともに自社の鉄道をご利用いただき、那須や新潟・東北方面への農業企画をお客さまに提示しその土地で作れる地場野菜を作ってもらい、収穫などで一定の間隔で野菜の面倒を見るために鉄道を御利用いただく企画を設定すれば東北地方への農業客が増えると思った為選択しました。

エイチ・アイ・エスを何故選択したかということ東日本旅客鉄道ではカバーできない範囲を飛行機で現地に行ってもらおうことを考えたからです。いわば、前記の飛行機版の提案です。

【トーホー】

トーホーを選んだ理由は、すでに段階の世代向けに農業誘致に投資しているからです。トーホーは卸売業最大手の会社です。その会社が兵庫県の財団法人と共同で団塊の世代の方々に土地を貸して野菜を作ってもらっているからです。このような会社が他にもあるのですが、上場しておらず、上場している中でもこの会社が1番進んでやっていると感じたので選択しました。

提案2 - NEWブランド“コーヒー豚”を目指して！！

私は、“臭い”と“若者離れ”という農業が抱える大きな問題を解消する助けになるプロジェクトとそれにどのように企業がかかわれるか...ということをもとめました。農業高校が行っている研究もバカにならないということを理解してもらえればいいと思います。

企業名	購入株式数
阪急百貨店	1,007
ユニカフェ	495
北海道コココーラボトリング	1,005

企業選択理由

【ユニカフェ】

【北海道コココーラボトリング】

農業に若い人がよじつかず、イメージも悪くなる最大の理由...それは「臭い」です。農業高校である相原高校でさえ、臭いのキツイ牛舎や豚舎を扱う科の生徒は、ほかの科の生徒たちから差別と偏見の目で見られます。生徒だけでなく、近隣の住民からも風向きによっては臭いについて多数の苦情が寄せられていました。そんな状況を何とか改善しようと相原高校では、一大プロジェクトを立ち上げました。それは、コーヒーかすを使った消臭プロジェクトです。タイトルページの写真は、そのプロジェクトの様子です。

近所にある缶コーヒーの工場から、大量に廃棄処分されるコーヒーの搾りかすの一部を貰ってきて天日干しにした後に豚舎の床にまくという簡単なものですが、効果は絶大でした。悪臭の目安となる空気中のアンモニア濃度を計測してみたところ、コーヒーかすを利用していない場所で5～8ppmと非常に高い数値を示したのに対し、コーヒーかすを利用した豚舎では約0.1ppmと一般的な家の中とほとんど変わらない数値まで下げさせることができました。

このプロジェクトにより苦情の数もかなり減少し、住宅地の中でも臭いの問題もなく畜産を行える都市型畜産を無理なく実現させるための第一歩となりました。

また、コーヒーかすを豚が食べることにより、コーヒーのさまざまな有効成分が臭いだけでなく肉質によい影響を与えるのではないかと...ということも調べられています。

そこで、今回株を買った2つの企業には、コーヒーのかすを乾燥させて畜産農家に販売出来るシステムを作ってほしいと思います。なぜこの2社を選んだかというと、養豚が比較的盛んな北海道と神奈川の地元企業であり、特に北海道は最近景気の低迷が問題となっていますから、ぜひ頑張ってもらいたいと思い選択しました。

そして、コーヒーかすを使った豚を“ユニカフェコーヒー豚”“コココーラコーヒー豚”などという名称をつけてブランド豚として出荷することにより、人気と企業の宣伝効果の両方が期待できると思います。

また、最大の問題である臭いも解消されることにより、臭い、汚い、というイメージが変わり若者離れをとめる助けにもなるはずですよ。

【阪急百貨店】

先ほどのコーヒー豚をブランド化してヒットさせるには、健康志向の消費者が集まる場所で販売するのがベストといえます。そこで注目したのが9月に百貨店とスーパーの複合店をオープンさせた阪急百貨店です。その店舗では従来のスーパーとは違い、自社契約農場で作った有機野菜などの販売に力を入れているそうです。そのような場所で販売してもらうことにより、より多くの人に“コーヒー豚”のブランドを知ってもらえると思います。



提案3 - 畑仕事DEダイエット！！

「フィットネスクラブを利用してダイエット効果 + 農業活性化のダブル効果」という、一挙両得な案を提案します！農作業はかなり労働力を使うのでダイエット効果を期待でき、しかも収穫した作物は、無農薬でとても美味しい物を食べられて、無農薬野菜に関心が出て農業活性化！！農作業でフィットネスという、まったく新しいダイエットの形です。

企業名	購入株式数
バンダイナムコホールディングス	466
ファーストリテイリング	20

企業選択理由

【バンダイナムコホールディングス】

ナムコは最近バンダイと経営統合したので「バンダイナムコホールディングス」と社名が変わっています。お陰で探すのが大変でした…。

ナムコでは「遊び」と「福祉」の融合を目指す「バリアフリーエンターテイメント構想」を提唱していて、教育・福祉関連事業に積極的に参加して、新しい遊びの空間づくりを提案していきたいとWEBサイトに書いてありました。

畑仕事は楽しくダイエットができ、しかもボケ防止や脳梗塞のリハビリにも用いられています。そこで「バンダイナムコホールディングス」には、農作業を利用したスポーツ・リハビリ施設の建設を提案します！

具体的には、施設内に畑を作り、会員はそこで野菜や果物を有機栽培して、収穫したものを食べられる…というシステムです。まさに、「バリアフリーエンターテイメント」に相応しい施設ではないでしょうか？

【ファーストリテイリング】

ユニクロは近年、安売りイメージからコーディネート提案型の接客重視にイメージチェンジしています。そこでその勢いに乗り、お洒落に敏感な女性でも恥ずかしくないコーディネートまたは、デザインの作業服を提案してもらい、「ダサイ」とイメージの強い農作業のイメージチェンジを手伝ってもらいと思い選びました。

提案4 - もっと株式会社の農業参入を！！

法人による農業経営が進む中、規制緩和等もあり株式会社の農業参入が近年増加しています。2000年の農地改正で株式会社形態(譲渡制限付き)の農業生産法人が認められたのに続き、03年には「構造改革特化」において株式会社などが農地リース方式で参入することが可能となりました。その中から以下の2社を選択しました。

企業名	購入株式数
カゴメ	285
ワタミ	288

企業選択理由

【カゴメ】

カゴメのトマト事業は、民間企業からの農業参入の中でもっとも注目されている事業です。カゴメの主力製品は、トマトを主原料とする野菜飲料やケチャップ、ソースなどの調味料ですが、野菜事業にも参入し生食用トマト「こくみトマト」を生産しています。収益的に既に黒字化を達成していて、今後も積極的に投資拡大を目指しているそうです。カゴメは、直営のハイテク菜園での生産をしていて、アジア最大規模のハイテク菜園を持っています。2010年には約20haの温室で約6千トンのトマト生産を予定しているそうです。なお、メンバー全員で「こくみトマト旨味ぎっしりプラム」を試食してみたところ、形がきれいで肉厚、目立つパッケージで消費者の目に付きやすいのではないかという感想が出ました。

このような事業形態等からカゴメを選択しました。

【ワタミ】

ワタミの関連会社のワタミファームは、2004年現在、約90haの自社農場を所有し有機農産物を生産しています。また、約120の提携農家等から調達した農産物の卸業務も行っています。さらに、今後5年以内に経営面積を400～500haまで拡大する予定です。また、栽培する野菜は比較的簡単なものが多く、レタス、大根、カブ、ニンジンが中心です。

そのほか、北海道の瀬棚農場では有機畜産による牛乳、鶏卵を生産しています。

これらのことからワタミを選択しました。

4. 日経STOCKリーグに参加した感想

私たちにとって株式なんてものは、全く別世界の話でした。特に畜産科学科の人にとっては授業でも扱わないことで、STOCKリーグの事前勉強で分かりやすいテキストで簡単に基礎知識を身につけることができました。また、情報処理科でも株式については、ビジネス基礎や簿記の授業で軽く触れる程度なので仮想取引で実際にやってみて、新聞の株価の欄の見方や取引・株式売買の流れ、株を長期保有するポートフォリオなどの専門用語などを身につけることができました。今後、株を購入するときにはこのSTOCKリーグで学んだことを参考にしていきたいと思いました。

参考文献

日経会社情報2005 秋

会社四季報2005年1集新春

2003 / 04日本国勢図会

農林金融 2 0 0 4 ・ 1 2

株式会社の農業参入 - 事例にみる現状とその可能性および意義について -