

研究ノート

アグリビジネスを題材とした授業づくり

—地方銀行の取り組みを例として—

Development of Classes about Agribusiness

-A Case Study of a Local Bank-

深川 愛子

千葉大学大学院教育学研究科修士課程

要旨 筆者は、現代の農業を考える上で重要なアグリビジネスの観点を取り入れた産業学習の授業づくりを行っている。本稿では、その第一歩として、アグリビジネスの重要性や授業への応用の可能性について検討し、授業プランを作成するにあたっての方向性を示すことを試みた。アグリビジネスの応用の可能性について、社会科の産業学習、金融教育の視点から考察し、具体的な授業プランを作成するにあたっては、そもそも農業を扱う社会科の産業学習を基盤としながら、金融教育の視点も取り入れてゆくことが現実的であることと、アグリビジネスの要素としてはビジネスマッチングの手法を扱うことが有効であることを導いた。

キーワード： アグリビジネス、農業、地方銀行、産業学習、金融教育

1. はじめに

筆者は、現代の農業を考える上で重要なアグリビジネスの観点を取り入れた産業学習の授業づくりを行っている。

本稿では、その第一歩として、アグリビジネスの重要性や授業への応用の可能性について検討し、授業プランを作成するにあたっての方向性を示すことを試みる。

2. 日本の農業における 経営的視点の欠如

農業が日本の産業において、重要な一産業であることに異論を持つものは少ないだろう。日本における農業の産業規模は、2007年の農林水産省による生産農業所得統計¹をみると、8兆1,927億円である。同資料による農林水産業の産出額は10兆2,880億円であり、農業が約8割を占めていることになる。産業規模から考えても、農業の重要性が分かる。また、それだけでなく、「食」は私た

ちの生活の基盤となるものであり、高品質の農作物を生産できることは、私たちの健康的な生活に大きな恩恵を与えうるものである。さらに付け加えれば、一面に広がる田園風景や、野菜や果物を栽培する畑が広がる風景は、多くの人が日本固有の風景として思い浮かべるなじみ深いものであろう。農業は私たちにとってあらゆる面において身近で重要なものである。

しかし、その担い手である農家のあり方などには課題も指摘される。そうした課題は様々指摘されるが、本稿では次の観点を取りあげてみたい。

木内(2010)は農家・農業の課題を「農家はこれまで「経営」をあまり必要としてこなかった」²という言い方で課題を指摘をしている。従来の農家は作りたい物を作りたいだけ作っていただけたのだが、今後は経営的視点をもち戦略的に農業を行う必要があるということである。他にも様々なところで指摘されることではあるが、高度経済成長期には、多くの農家は作りたいものをつくり、出荷すれば売れ、経営について深く考えなくとも、経済的に成り立つことができていた。し

かし、高度経済成長期が終わり、消費者がより低価格のものを求めるようになると、やみくもに作りたいものを作ればよいというわけではなくなってきた。そこで、利益を追求する農家として農業を続けていくために、経営的視点をもって農業を行っていくことが求められるようになったのである。たとえば、補助金に頼るばかりではなく、自ら海外に目を向け、新たなマーケットを開拓するという必要になってくるだろう。木内はこうした状況に、農家の多くがこれまで作れば売れるという状況に慣れすぎてしまったが故に、経営という視点を忘れてしまい、マーケットが縮小化・多様化したり、デフレ経済が続いたりする状況に応じることができにくい可能性があることを問題として提起している。

3. アグリビジネスの視点

そうした課題が周知の事実となる一方、農業をビジネスとしてとらえ、農業を活性化しようとする取り組みもみられる。たとえば、企業参入の機会を積極的につくろうとしたり、自主的に農家が農業法人をつくったりすることが行われている。そうしたビジネスは、アグリビジネスと呼ばれることが多い。

アグリビジネスについて詳しくみていこう。アグリビジネス *agribusiness* とは、*agri* (農業の) *business* (ビジネス) という名が示す通り、農業に関わるビジネスのことである。一口に農業に関わるビジネスといっても、様々なビジネスがあることが想定されるが、実際、アグリビジネスという語が示す範囲は広い。たとえば、高橋 (2009) は「アグリビジネス」とは、農業ビジネス、農業関連ビジネス、農業金融などの総称として用いており、かつ、農業だけでなく食品産業や外食産業などを含むより広範な領域をカバーするもの³と述べ、橋本 (2010) は「農業ビジネスは、専門技術からアイデアやサービスといったアプローチまでを指し、事業領域は農業生産そのもの、種苗、飼料、肥料、薬品、農業資材の他、貯蔵、加工、流通など農産物と直接関連する分野だけでなく、農業経営とリンクする農業コンサルタントや農産物マーケティング、農業従事人材育成事業、さらには遊び、癒やし、教育など農業に多面的価値を提供する新たな分野までを総称とします。考え方によっては広域なビジネス領域であるといえるで

しょう。」⁴と述べている。これらのことから、アグリビジネスとは、やはり農業に関わる様々なビジネスのことだと理解される。押さえておきたいのは、どのような手法にせよ、現在の農業は様々な観点から経営的に考えられなければならないということである。

4. アグリビジネスの事例

では、たとえばどのようなアグリビジネスが行われているのだろうか。

東京青果株式会社は、生産者のこだわりを活かす卸売を実現するために、市場流通では評価されない個性的な青果物の取り扱いを積極的に行っている⁵。有機・特別栽培野菜などの安全にこだわったもの、篤農家がつくった高品質で味がよいもの、地域の特産品など希少性があるもの、調理用トマトやおろし用ダイコンなど用途がはっきりしたものなど、一般的な流通ではあまり評価されない部分に注目している。そして、日本一の卸売業者としてのネットワークを駆使し、全国に散在する新たな商材を探している。

他の例としては、農村での生活を楽しむグリーンツーリズムが広がっており、都市部から人をよび、地域振興に活かす取り組みが旅行会社のツアーで行われている⁶。この背景として、食の安全・安心やスローライフ志向の高まりから、農村部を訪れて農業の現場を知りたいと言う都市住民のニーズが年々高まっていることがある。株式会社農協観光のグリーンツーリズムツアー参加者は2004年ころから大幅に増加し、2008年度には約7万4,000人が参加している。この他にも様々な観点からの農業への取り組みが行われている。いずれにしても、農業をビジネスとして捉えることの重要性が分かる。

5. アグリビジネスと地方銀行

本研究で特に注目したいのは、金融機関によるアグリビジネスである。これまで、JAバンクや政府系金融機関が主に国の農業関係資金を占めていたが、2009年に農地方が改正されたことや、規制緩和を受け、銀行や信用金庫、信用組合が農業に参入する余地が生まれてきている。

高橋 (2010) は「地方においては、近年の公共事業削減と地域経済の停滞により、建設業など現

場の既存取引先への貸出が減少傾向にある。そのため、地域金融機関は農業を地域の基盤産業と位置付け、専用ローンを取り扱うなど、農業向け融資の開拓に力を入れている。」⁷と述べている。素朴には金融機関が農業に融資を行っているとは思われないかもしれないが、民間の金融機関、特に地方銀行がアグリビジネスへの参入を積極的に行っていることが指摘されている。また、丹羽(2009)が「2006年3月から2009年10月における変化の状況ですが、地方銀行は71行から80行へ、信用金庫は37金庫から90金庫へ、信用組合は0組合から6組合へと増加しています。」⁸と述べていることから、地方における民間金融機関がアグリビジネスへ取り組み出していることがわかる。

なぜ地方銀行はアグリビジネスに参入するのだろうか。金融機関はもともと、お金を貸し出し、返される時の利子を受け取ることで利益を得ている。そのため、地方銀行にとっては、お金を貸し出すこと、すなわち融資を行うことが企業として存続していくためには必要不可欠なことである。そこで、注目されるのが農業への融資である。地方銀行には、農業者以外の多くの分野の地域の顧客情報を持っているということであったり、ビジネスのノウハウを持っていたりするという強みがある。それらを活かそうと、アグリビジネスが注目されているのである。

具体的に地方銀行などの金融機関はアグリビジネスとして、どのような取り組みを行っているのだろうか。アグリビジネスの内容としては、農業者向けローン、アグリファンド組成・出資、ビジネスマッチング、農業者向けリテールが主にあげられる。

この中のビジネスマッチング以外は、銀行の業務である融資としてお金を貸し出すことで利益を見込んでいるものであるが、ビジネスマッチングはそのような仕方とは異なったものである。ビジネスマッチングについて高橋(2009)は「取引先との広域なネットワークを生かすことのできるコンサルティング業務であり、様々な収益機会を生む可能性のある業務といえる。例えばアグリビジネスに関心がある取引先企業と農業法人のマッチングは、取引先企業を日ごろ接点のない農業生産法人と引き合わせ、新しい事業を始めるきっかけになろう。また、食品産業など農業に関連する企業のM&A案件があれば、顧客基盤と情報収集能

力を活用して、取りまとめを行い、かつ資金のニーズの獲得に繋げることもできる。」⁹と述べている。アグリビジネスにおけるビジネスマッチングとは、農業と農業に関連する企業を金融機関としてもっている情報を上手く活用しながら結びつけることであると考えられる。

アグリビジネスには、農家と銀行双方に利益があると考えられるものである¹⁰。農家にとっては、販路を銀行が提供してくれることなどにメリットがある。銀行にとっては、農家が事業を拡大してゆくにともない、自社からお金を借りてもらえる可能性が増す。一方で、地方銀行はその地域の産業に活性化してもらいたいと考えている。もしもその地方が衰退してしまったならば、誰も銀行からお金を借りなくなり、銀行自体の存続も危うくなるからである。地方銀行側からみたビジネスマッチングには、長期的に融資の可能性があること、地域の産業を支えていくことが、地方銀行にとっても大きな意義があることがメリットとしてある。

6. アグリビジネスを題材とした授業づくりの可能性

現代の農業を考える上では、経営的視点・アグリビジネスの視点を持ちながら農業を考えることが重要であり、そうした取り組みにおいて地方銀行が果たす役割が重要であることが分かった。特に、ビジネスマッチングという視点は、これまでの素朴な農業像からは思い浮かばないものかもしれないが、筆者がヒアリングをしている地方銀行¹¹でも積極的に取り組まれており、発展性を感じることができるものである。

ここからは、現代農業を考える上では欠かせないアグリビジネスという視点を、いかに学校教育の授業の場に応用できるかということについて、以下に示す2つの観点から検討してゆく。

6.1. 社会科・産業学習の視点から

まずは、農業を直接扱う社会科の産業学習の視点から検討する。

社会科で行う産業学習の中で農業はどのように学習されているか。平成23年度から完全実施となる学習指導要領の第5学年の目標(2)、内容(2)ウ、内容の取扱い(2)では以下のように記されている。

目標

(2) 我が国の産業の様子、産業と国民生活との関連について理解できるようにし、我が国の産業の発展や社会の情報化の進展に関心をもつようにする。

内容

(2) ウ 食料生産に従事している人々の工夫や努力、生産地と消費地を結ぶ運輸などの働き

内容の取扱い

(2) 内容の(2)ウについては、農業や水産業の盛んな地域の具体的事例を通して調べることとし、稲作のほか、野菜、果物、畜産物、水産物などの生産の中から一つを取り上げるものとする。

この記述をみると、目標として、子どもが我が国の産業の様子と日常生活と産業学習との関連を理解できることが設定されていることがわかる。そこで、内容としては一つの産業の具体例を取り上げ、さらにその産業で働く人々の工夫や努力について学習することになると考えられる。

学習指導要領の以上の内容を踏まえ、教科書ではどのような学習内容が扱われているのだろうか。以下に東京書籍が発行している『新しい教科書』¹²で扱われている内容を記す。

(1) 米づくり列島・ニッポン

農業として米づくりが取り上げられており、まず同時期の様々な地域における米づくりの様子が比較されている。

(2) 庄内平野をたずねて

庄内野では農業がさかんであることが伝えられている。

(3) 水と土と風と人と

庄内平野の気候や土地利用についてもふれられている。

(4) 阿部さんの200日

生産者である阿部さんからの手紙としてどのような工夫をしているのかが述べられている。

(5) つながりの輪のなかで

米づくりの1年をふりかえり、米づくりに関わる祭りが紹介している。

(6) 岡部さんと米づくりの仲間たち

おいしいお米をつくるためのくふうをグループで話しあっている。

(7) 庄内の農業を支える人々

お米の生産者以外の農業に関わっている人々が紹介されている。

(8) おいしい米全国へ

庄内平野の米が農業協同組合の計画にしたがって全国各地へと出荷されていることが伝えられている。

(9) 1まいのグラフから一米づくりの未来を考える

これまでに学習してわかってきたことや考えたことをもとに、日本の米づくりのこれからについて話しあっている。

これらの内容からは、農業を行っている特定の人物に焦点をあて、その人の仕事における工夫や苦労を取り上げながら、農業について理解させようという意図が伺える。このことについて中本(2010)は「小学校の産業学習の特質は、産業を人々の仕事として捉え、人々の「苦労や工夫」に秘められた「思いや願い」を共感的に理解するところにある。」¹³と述べている。ただし、教科書に書かれた「思いや願い」の内容は、農業者の生産段階での苦労や工夫、思いや願いが中心である。

しかし、前述のとおり、今後の農業者は、ただ農作物を生産するだけでなく、企業と連携しながら新たな販売先を見つけるといったような経営的視点をもつことも必須となるはずである。具体的にどのような農産物ならどのくらいの値段で売ることができるのかを考える必要があるだろうし、お客さんのニーズにそった付加価値を考えていく必要もあるだろう。こういった状況を踏まえると、農業の学習において、農業者の生産段階での「思いや願い」に触れるだけでは不十分だと言える。農業が、他の産業、他の企業とどのようにむすびついているのかということについても扱ってゆく必要がある。

では、子どもたちに農業の経営的側面はどのように教えられるだろうか。ここでは、地方銀行のアグリビジネスへの取り組みの可能性について考えてみたい。例えば、地方銀行のアグリビジネスへの取り組みでは、地方銀行がその地域の農家とそこでつくられた農産物を必要としている企業とのマッチングを行っている。このことを子どもた

ちに紹介することで、子どもたちは、農業者が単純に農作物を生産しているわけではないということがわかるだろう。すなわち、農産物をどこに売めるのかという段階まで農業の仕事の範囲であることが理解されるはずである。

さらに発展的に、農業が他の産業と深く関係していることを知ることで、農業という一事例から、日本の産業の大きな構造の理解へと促すこともできるだろう。

6.2. 金融教育の視点から

そもそも、金融教育とはどのような教育なのだろうか。金融広報中央委員会によると「お金や金融の様々なはたらきを理解し、それを通じて自分の暮らしや社会について深く考え、自分の生き方や価値観を磨きながら、より豊かな生活やよりよい社会づくりに向けて、主体的に行動できる態度を養う教育である。」¹⁴とされている。確かにお金に関することは、私たちの生活全般と切っても切り離せないものである。一口に金融教育といっても、そのあり方は多様であることが想定される。

しかし、幅広く扱われるはずの金融教育であるが、実際には、お金を大切にす気持ちを持たせようとする実践が比較的多く行われている¹⁵。たとえば、お小遣いに対する自分の気持ちを述べる授業や、消費税について調べ消費税がみんなのために使われていることを知り、お金の大切さに気づかせようとする授業などが主である。

これらの方向性を批判的に検討したい。そもそも金融とは「お金を融通すること」である。金融教育としてお金を計画的かつ大切に扱うという価値観を伝えることは必要であるが、一方でお金がどのように融通・運用されているのかを知ることが大切ではないだろうか。そのためには様々なアプローチがあるだろうが、代表的な金融機関として、銀行を題材としながらの実践を行うことには可能性を感じることができる。銀行に着目し、銀行がどのようにお金を融通・運用しているのかを題材とした実践の開発が望まれる。

ここで、地方銀行のアグリビジネスへの取り組みを題材とすることを提案したい。子どもたちはそもそも銀行がどのような仕事をしているのかあまりイメージできないことが予想される。窓口で働く人々の様子であれば想像ができるかもしれないが、まさか銀行で働く人が農家のところに行っているとはあまり考えないだろう。地方銀行のア

グリビジネスへの取り組みを題材とすることで、金融にかかわって具体的にどのような人がどのような取り組みをしているのかを伝えることができる。

7. 授業づくりの方向性 (今後の課題)

以上、地方銀行が行うアグリビジネスを題材とする授業づくりの可能性について、産業学習、金融教育の視点から検討してきた。アグリビジネスが多様な視点から授業に応用可能であることが分かる。

実際の授業づくりを行うにあたっては、そもそも農業について扱う社会科の産業学習の単元を基盤としながら、金融教育における融資などのお金の流れに関わる側面を取り入れながらのプランを考えてゆくことが現実的であろう。また、アグリビジネスの要素を盛り込むにあたっては、素朴には思い浮かべづらいが、しかし農業を含めた産業の構造全体を理解するために有効だと思われるビジネスマッチングの取り組みを伝えることがよいように思われる。

その際、実際にビジネスマッチングに取り組んでいる人がいることに着目したい。融資の中でのお金の流れやビジネスマッチングという手法について、子どもたちに概念的に伝えるだけでは、抽象的であり、なかなか理解されづらいと思われる。実際にビジネスマッチングに取り組んでいる人を取材し、映像教材にしたり、教室に来ていただいたりするなどして、農業の経営的側面における「思いや願い」を直に伝えられるよう留意したい。

また、ビジネスマッチングの仕方についての理解を深めるために、ビジネスマッチングの模擬体験ができることが理想である。そのためには、ビジネスマッチングについての取材・研究を続け、どういったルールを設定すれば、教室の場であっても模擬体験が可能かを検討してゆく必要がある。

以上の観点を深め、授業プランの作成を行うことが、今後の課題である。

¹ 高橋克英 (2009) 『アグリビジネス』、近代セールス社、p.8

² 木内博一 (2010) 『最強の農家のつくり方』、PHP研究所、p.68

³ 高橋克英 (2009) 前掲書、p.1

-
- ⁴ 橋本哲弥 (2010) 『最新農業ビジネスがよ〜くわかる本』、秀和システム、p.10
- ⁵ 詳しくは以下の文献を参照のこと。橋本哲弥 (2010) 前掲書、pp.28-29
- ⁶ 橋本哲弥 (2010) 前掲書、pp.62-63
- ⁷ 高橋克英 (2009) 前掲書、p.62
- ⁸ 丹羽哲夫 (2010) 『金融機関のアグリビジネス戦略』金融財政事情研究、p.72
- ⁹ 高橋克英 (2010) 前掲書、p.72
- ¹⁰ 本段落で述べたことは筆者がある地方銀行に行ったヒアリングをもとにしている。
- ¹¹ ある地方銀行に 2010 年度より継続的なヒアリングを行なっている。
- ¹² 北俊夫・佐藤学・吉田伸之ほか(2010) 『新しい社会 5 上』、東京書籍
- ¹³ 中本和彦 (2010) 「小学校社会科・単元「日本の水産業」の教育内容開発—人物の行為の理解から社会のしくみの説明をめざして—」、『四天王寺大学紀要』50、pp.75-202
- ¹⁴ 金融広報中央委員会 (2007) 『金融教育プログラム—社会の中で生きる力を育む授業とは—』、図書印刷、p.10
- ¹⁵ 金融広報中央委員会(2005) 『金融教育のガイドブック—学校における実践事例集—』、清水書院、pp.60-69