

企業の農業参入に関する調査結果 (詳細版)

平成24年2月

日本政策金融公庫
農林水産事業
情報戦略部



日本政策金融公庫

【免責事項】

本レポートで提供している情報は、利用者の判断・責任においてご使用ください。万一、本レポートで提供した内容に関して、利用者が不利益等を被る事態が生じたとしても、日本政策金融公庫は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

目次

1	調査の目的	2
2	調査要領	3
3	調査結果概要	4
4	全体集計結果	
(1)	全体集計結果	5
(2)	営農類型別集計結果	17
(3)	参入経過年数別集計結果	22
(4)	損益別集計結果	27
5	業種別集計結果	
(1)	業種別集計結果	31
(2)	建設業	40
(3)	食品製造業	52
(4)	食品卸売業	64
(5)	その他業種	76
6	参入企業の声	88

1 調査の目的

我が国の農業従事者の約6割が65歳以上、耕作放棄地が約40万haという状況下において、新たな担い手の確保は喫緊の課題となっている。

一方、農業以外の他産業においては、平成20年のリーマンショック以降、景気悪化に伴う収益の低下や従業員の雇用維持等の課題を抱えているほか、食品産業界では消費者の安心・安全を満足させる原材料の安定供給が重要になっている。

このような背景から、他産業から農業に参入する企業が増加する傾向にある。

しかし、農業参入をしても、農業を営んだことのない企業が農業を成功させるためには、参入後、様々な課題を克服する必要があり、また参入直後と参入後数年を経過した課題は異なると考えられるが、時系列を主眼にした課題についてとりまとめた調査結果はこれまでにない。

このため、時系列を軸に農業参入企業の課題等を明らかにし、この調査結果を今後農業参入する企業やすでに参入している企業においてさらなる経営発展につながるよう活用してもらうことを目的に本調査を実施したものである。

2 調査要領

(1) 調査方法

- ① 郵送によるアンケート調査
- ② 現地聞き取り調査

(2) 調査時期

- ① アンケート調査……平成23年7月～8月
- ② 現地聞き取り調査…平成23年10月～12月

(3) アンケート調査対象

農業参入した全国の企業(建設業、食品製造業、食品卸売業等)422社

※ 調査対象とした企業は、当公庫農林水産事業融資先および新聞等で農業参入が報じられた参入企業から各都道府県の農業参入企業が対象となるよう選定した。

(4) アンケート調査有効回答先数

138社(回収率 32.7%)

計	建設	食品製造業	食品卸売業	その他
138	30(22%)	56(40%)	22(16%)	30(22%)

※「その他業種」は具体的には、電子部品・機械等製造業、不動産業、化学工業、サービス業等である。
※なお、138社のうち中小企業基本法で定める中小企業に該当しないいわゆる大企業は8社(5.8%)。

(5) 現地聞き取り調査先数

18社(うち15社はアンケート調査先と同じ)

3 調査結果概要

- (1) 参入までの準備期間に「生産技術の習得」よりも「農地の取得・土壌改良」に取り組む先が多く、後者の課題は当初想定していなかったとの声が多い。
- (2) 参入目的は業種により大きく異なる。建設業は「経営の多角化」「雇用対策」が多い一方、食品製造業、食品卸売業では「本業商品の付加価値化・差別化」「原材料の安定的な確保」が多い。
- (3) 参入時と参入後の課題を比較すると「農地の確保」「労働力の確保」は参入後に挙げる先の割合は減少するが、「生産経費」は参入時とその後において変化がなく、恒久的な課題であることがわかる。
- (4) 黒字を確保した先は全体の30%にとどまる。また、黒字までの見込期間4.0年に対し、実際に黒字化まで要した時間は4.9年と計画よりも約1年余計に時間を要している。
- (5) 営農類型別の課題をみるとそれぞれ営農類型の特徴が課題として現れている。稲作では「生産物の販売単価」、野菜では「農業技術の習得」などが挙げられている。主な営農類型の共通課題は「生産経費」。
- (6) 損益別にみると、黒字先は参入時に「販路の確保」「農業技術の習得」「生産物の販売単価」「資金調達(長期資金)」の課題が赤字先よりも解決先の割合が多くなっている。

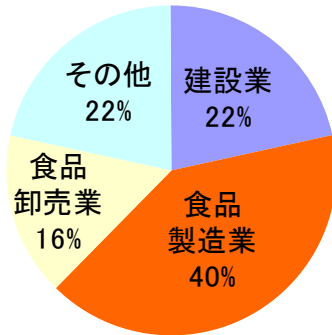
調査結果(全体集計)

- 1 参入した営農類型は、「野菜(露地)」が約46%と最も多く、次いで「野菜(施設)」約28%、「果樹」約23%、「水稻」約15%と続く。特に「野菜」に取り組む先が多い。この理由として、「販路がすでにあった」が約42%と最も多く、次に「生産や経営の技術情報があつた」が32%、「本業の生産技術やノウハウが活かせる」が26%と、取り組みやすさから選択していることがわかる。
- 2 参入までの準備期間は約2年弱を要している。その間、「農地取得・土壌改良」に取り組んでいる先の割合が44%と最も多い。「生産技術の習得」は22%にとどまる。
- 3 参入目的は、「地域貢献」58%、「経営の多角化」50%、「本業商品の付加価値化・差別化」49%と続き、「雇用対策」も45%で4番目に入る。一方、目的の達成状況では、目的として2番目に多かった「経営の多角化」は53%の達成にとどまる。
- 4 農業部門の課題は参入時には「農業技術の習得」「販路の開拓」が多いものの、総じて参入時よりも参入後に減少する。しかし、「生産経費」「商品開発」は参入後であっても参入時とほとんど変化なく恒久的な課題となっている。
- 5 黒字を確保した先は全体の30%、計画内に黒字化した先は同19%にとどまる。また、黒字化までを4.0年と見込んでいたが、実際に要した期間は4.9年であり、想定よりも約1年余計に時間を要している。

調査結果からみる農業参入の成功のポイント(全体集計)

- ① 農業参入までの準備期間として平均約2年弱(20.2ヶ月)を要している。その間、最も多く取り組んでいる内容は「農地取得・土壌改良」の約44%で、「農地の確保に多くの時間を要した」「農地が確保されても、実際の生産までには土壌改良が必要であり、その時間と費用は想定外であった」との声が多く聞かれたことから、この点を対応できるように十分に準備しておくことが重要。
- ② 参入目的で多い「経営の多角化」はこれを目的とする先のうち約53%、これと関連の強い「利益の確保」は同18%しか達成できていない。また、目的外で得られた効果も「企業のイメージアップ」が39%と最も多く、農業参入してすぐに農業部門において利益を確保することは容易ではないことを理解しておくことが必要。
- ③ 農業部門の課題として、「農地の確保」「労働力の確保」などを挙げる先の割合は参入時と比べ、参入後は大きく減少するが、「販路の開拓」「農業技術の習得」「生産経費」は参入後でも約50%の先が課題として挙げており、また、特に「生産経費」は参入時に17%の先しか解決できていないことから、これらの課題の早期解決に向けた取り組みが重要となる。
- ④ 黒字を確保した先は約30%にとどまっており、また、黒字化まで想定よりもおよそ1年間余計に要していることから、この間の運転資金を準備しておくことが重要。

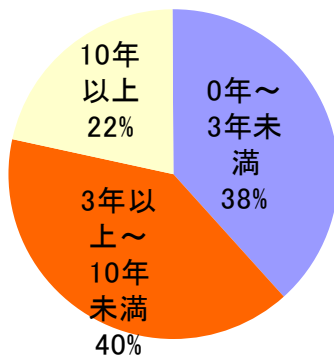
1 業種別割合



n=138

計	建設	食品製造業	食品卸売業	その他
138	30(22%)	56(40%)	22(16%)	30(22%)

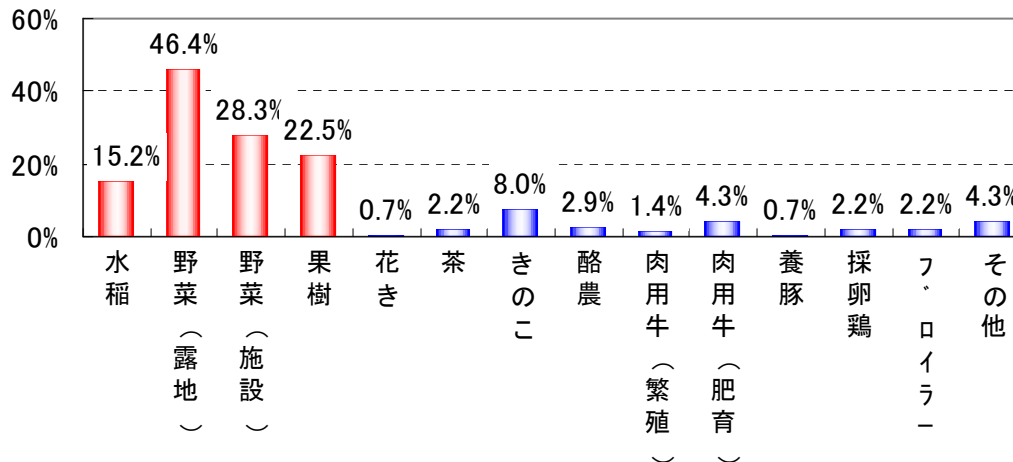
2 農業参入後の経過年数



n=138

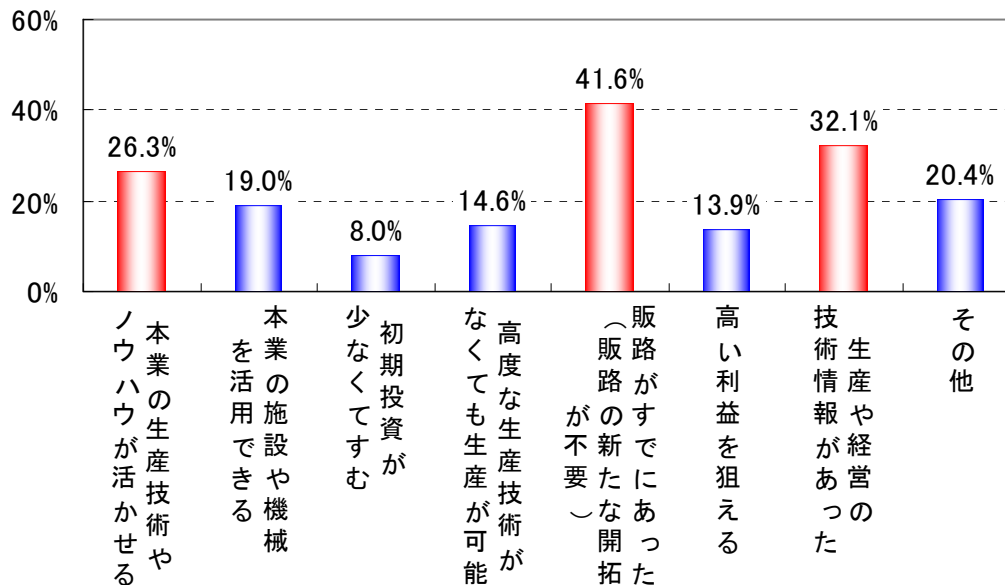
計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
138	53(38%)	55(40%)	30(22%)

3 営農類型(複数回答) n=138



○営農類型では「野菜(露地)」が46.4%と最も多く、次いで「野菜(施設)」、「果樹」、「水稲」と続く。その他の営農類型はごくわずか。

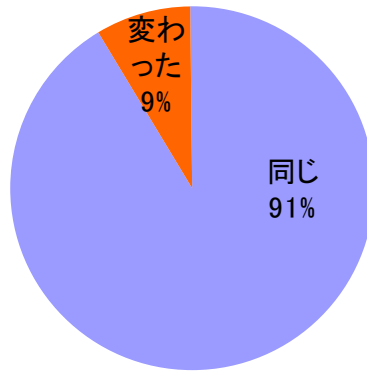
4 3の営農類型選択理由(複数回答) n=137



○「販路が既にあった」が41.6%と最も多く、「生産や経営の技術情報があった」、「本業の生産技術やノウハウが活かせる」と続く。

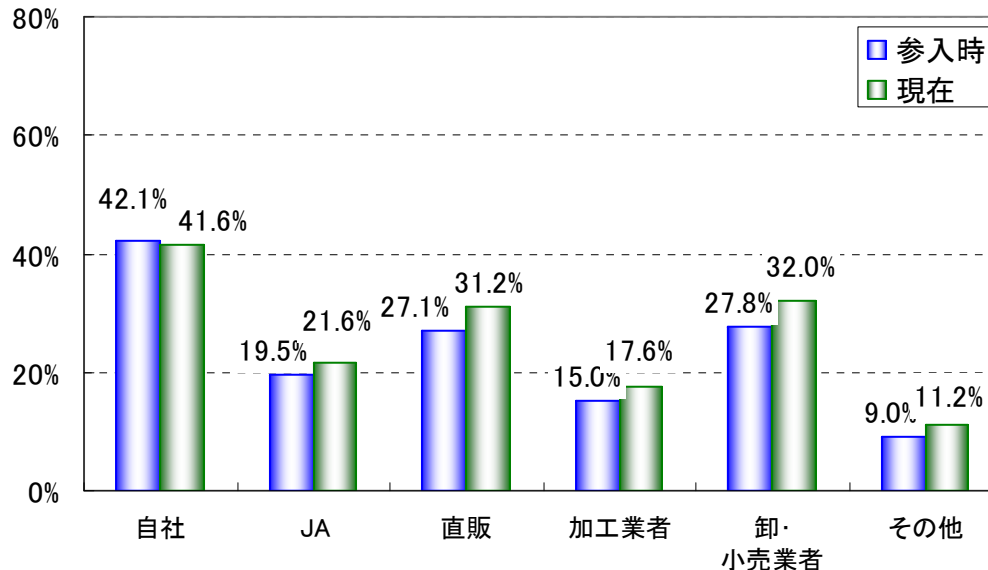
○販路の開拓に取り組む必要がない、また生産しやすいといった「取り組みやすさ」を選択理由にしており、「高い利益」の確保は理由としては劣後していることが分かる。

5 参入場所の参入時と現在の変化 n=127



○参入場所は概ね変化なし。
参入時の参入場所に加えて他の場所にも参入し規模を拡大したことによる「変わった」先もある。

6 主な出荷先(複数回答)



○出荷先は参入時及び現在ともに「自社」が多い。

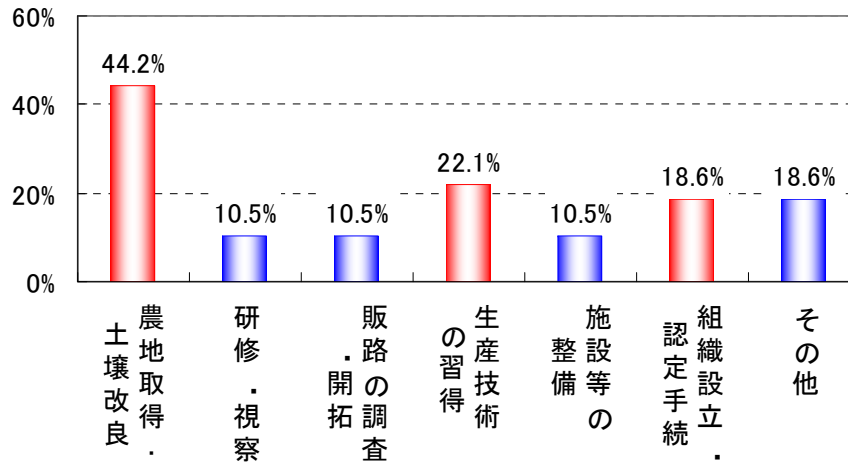
○出荷先は参入時よりも時間が経過すると、加工業者や直販など複数の先に増加していることが考えられる。

参入時:n=133
現在:n=125
現在=参入後平均99.4ヶ月

7 参入までの平均準備期間と取組内容(複数回答)

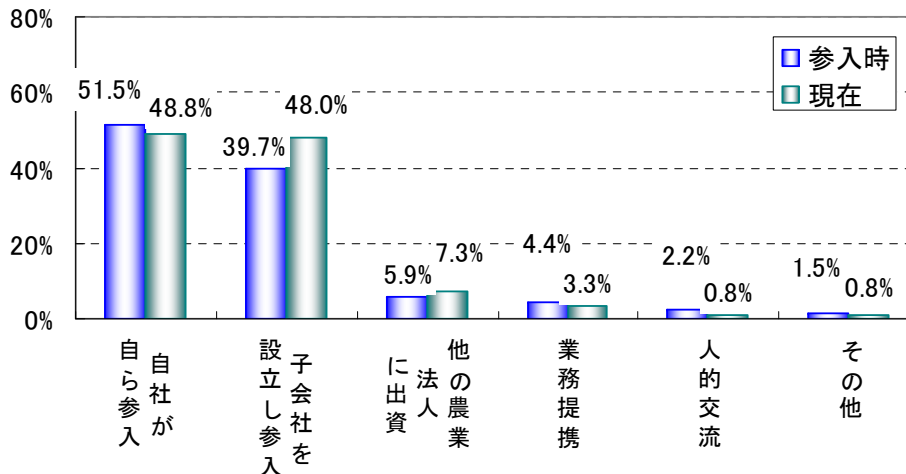
○ 平均準備期間:20.2ヶ月 (n=105)

○ 準備期間の取組内容 (n=86)



○準備期間は平均約2年弱(20.2ヶ月)を要し、主な取り組み内容としては「農地取得・土壌改良」が「生産技術の習得」の2倍と最も多い。

8 参入形態(複数回答)



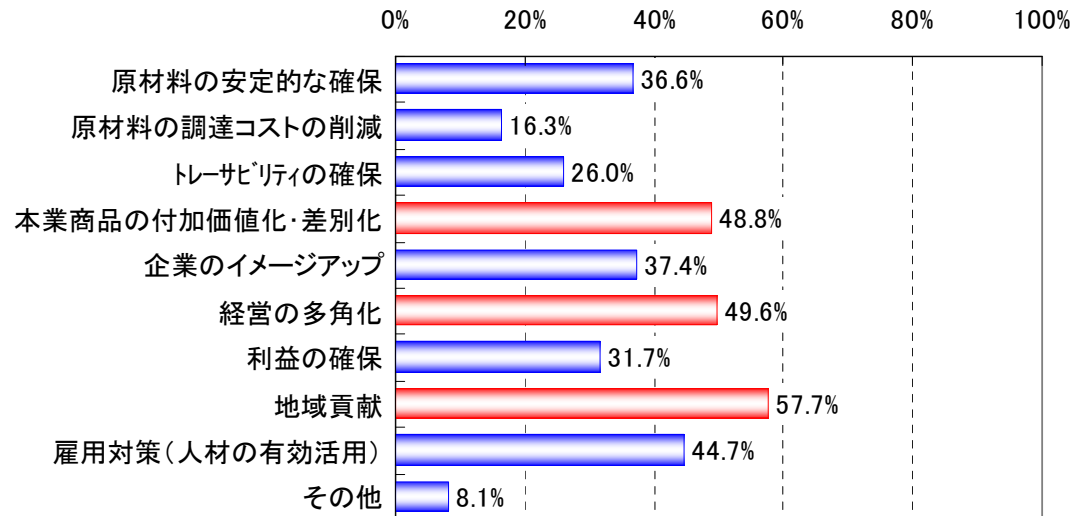
○参入時は「自社自ら参入」が最も多かったが、参入後約8年4ヶ月(99.9ヶ月)経過後の現在は「子会社を設立し参入」が参入時に比べ増えている。

参入時:n=136

現在:n=123

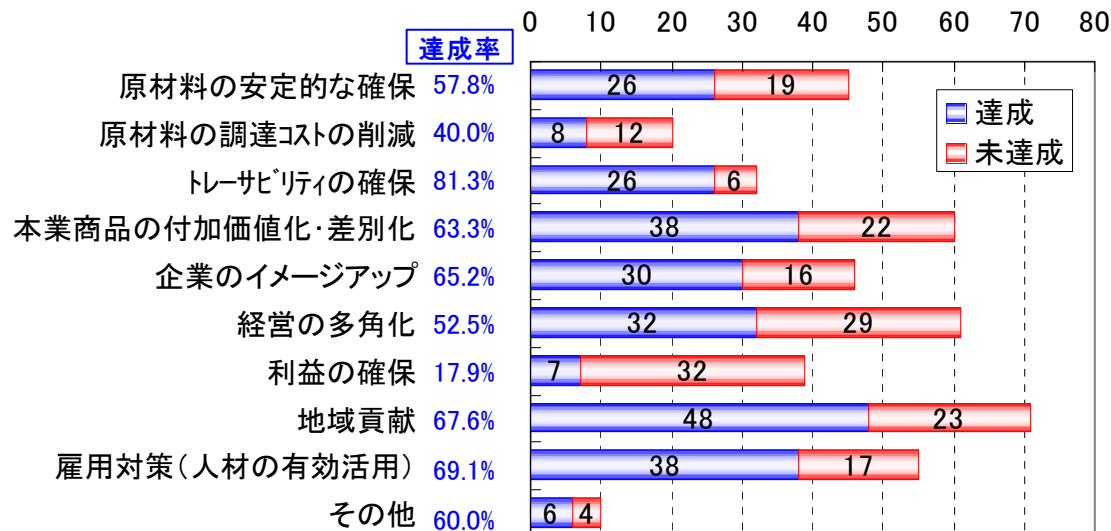
現在=参入後平均99.9ヶ月

9 農業参入の目的(複数回答) n=123



○参入目的は衰退した地域農業を発展させるなどといった「地域貢献」が最も多い。次いで、「経営の多角化」、「本業商品の付加価値化・差別化」と続く。また、雇用対策を挙げる割合も約45%と高い。

10 参入目的の達成状況(複数回答) n=123

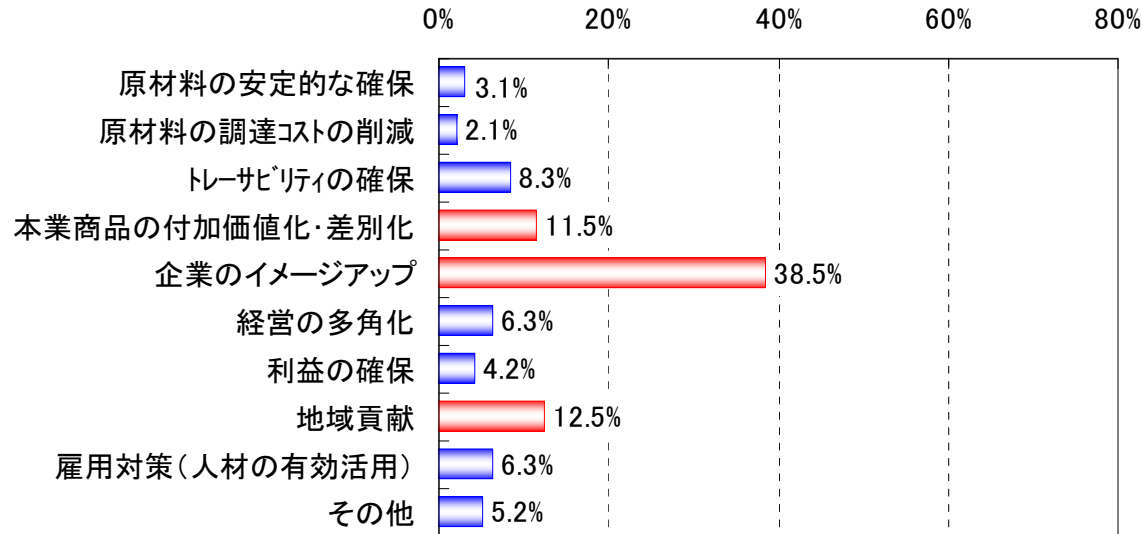


○目標の達成率が最も高いのは「トレーサビリティの確保」で81.3%。

○参入目的で最も多かった「地域貢献」は67.6%の達成率。

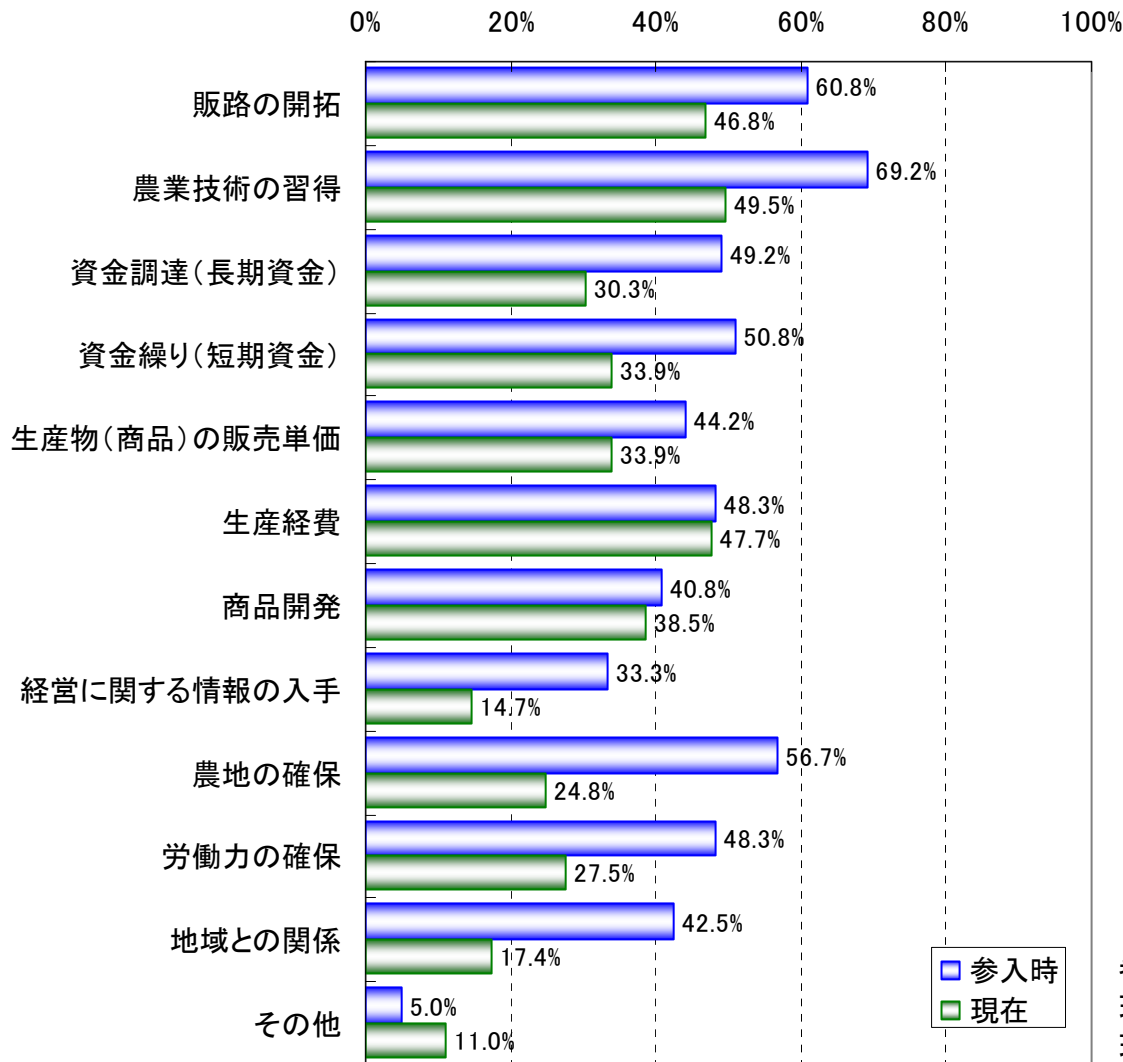
○一方、最も達成率が低いのは「利益の確保」で約18%に留まる。

11 目的としていなかったが得られた効果(複数回答) n=123



○「企業のイメージアップ」を挙げた先が38.5%と最も多く、次に「地域貢献」と続き、事業の利益には直結しない項目が上位に挙げられている。

12 農業部門の課題(複数回答)



○参入時の課題としては「農業技術の習得」、「販路の開拓」、「農地の確保」が多い。

○参入後では「農地の確保」、「労働力の確保」、「地域との関係」は課題に挙げる先の割合は参入時と比べ大きく減少しており、これらの課題は一定の解決が図られていることがわかる。

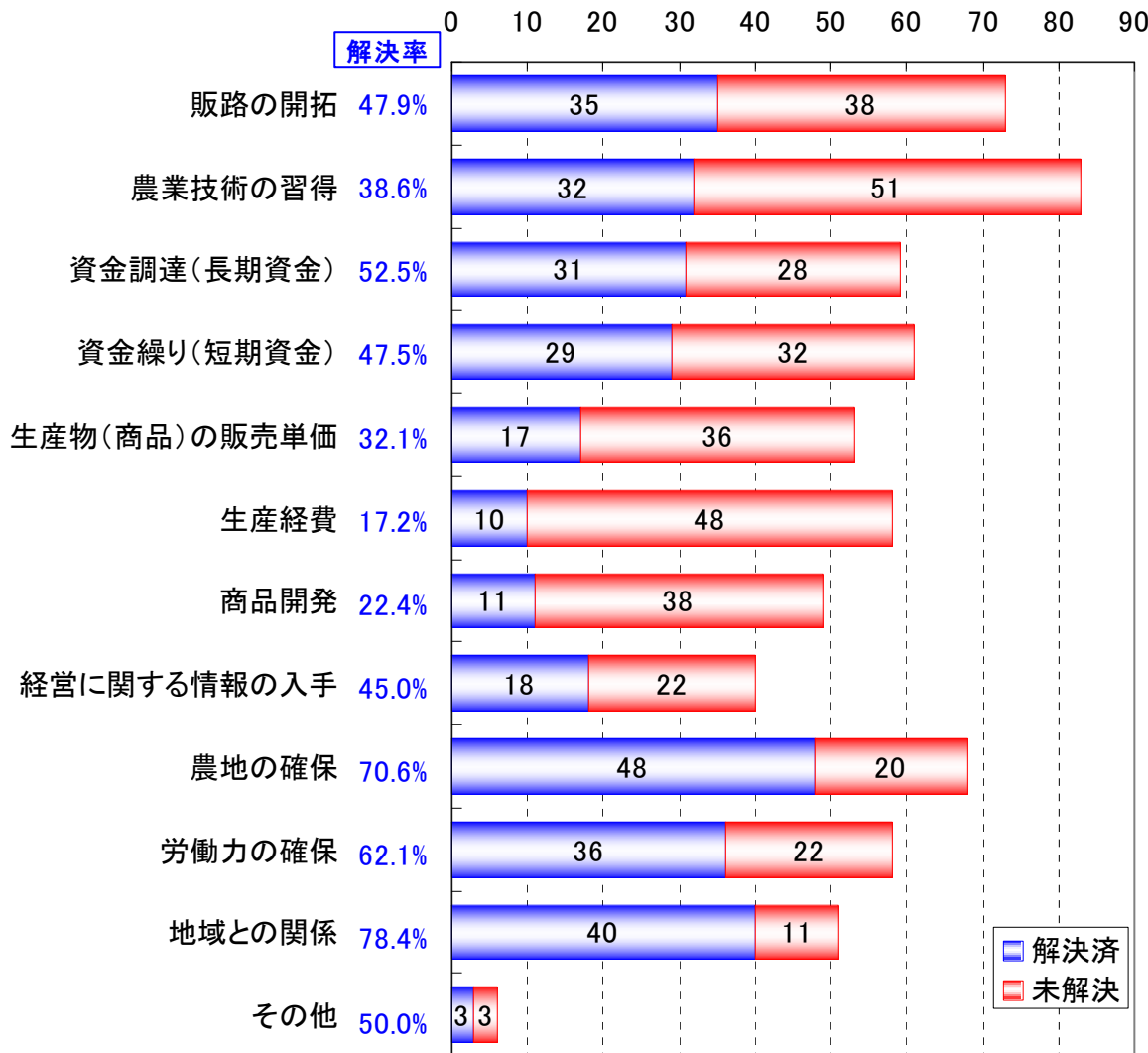
○一方、「生産経費」、「商品開発」は参入時と現在においてもほとんど変化がないことから、これらの課題は恒久的な課題になっていることが浮き彫りになった。なお、生産経費については、人件費の負担が大きいとの声が多くあった。

参入時:n=120

現在:n=109

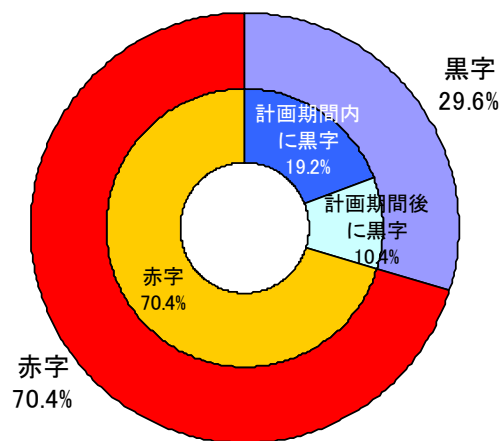
現在=参入後平均89.5ヶ月

13 農業部門の課題／参入時の各課題の解決状況(複数回答) n=120



○参入時の解決状況をみても、「生産経費」、「商品開発」の解決率はそれぞれ17%、22%と低く、利益に直接影響のある課題は解決されないまま事業が開始されていることが分かる。

14 損益状況 n=125



○黒字を確保した先は30%、未だ赤字先は70%。

○黒字を確保した先のうちで計画期間内に黒字化した先は65%に留まり、計画どおりに黒字化するのは簡単でないことが分かる。

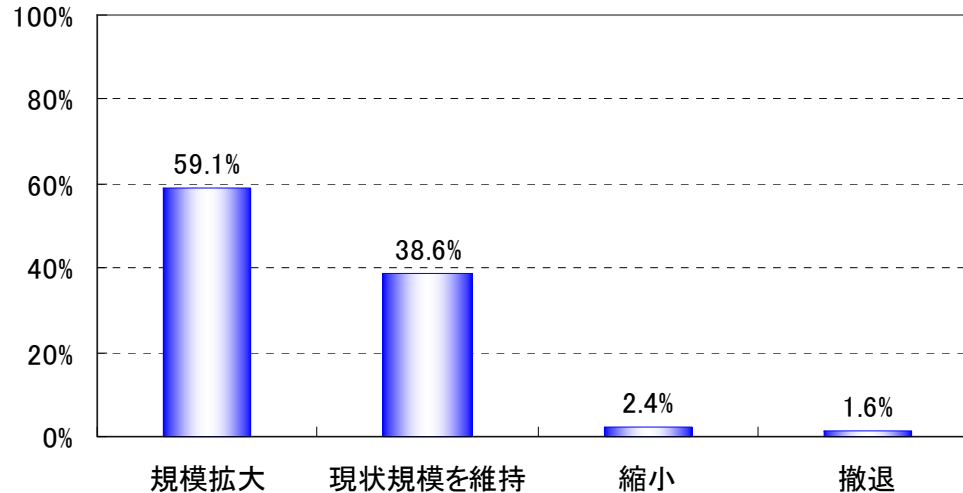
○黒字化までに要した期間は、見込期間よりも約1年後となっており、計画どおりには黒字が確保できていない。

○「販路の開拓」、「技術の習得」を確実に行うとともに、間接的な効果だけではなく経費を抑えて利益の確保に直結できるよう努める必要がある。

15 黒字化までの期間等 n=127

		参入後経過期間
当初の黒字化見込期間(n=112)	4.0ヵ年	83.3ヶ月
黒字化まで要した期間(n=37)	4.9ヵ年	147.2ヶ月

16 今後の農業部門の経営方針 n=127



○今後の方針として、約60%が「規模拡大」、40%弱が「現状規模を維持」と回答。

○規模拡大はコスト増となるので「現状維持で黒字化を目指す」と考える先と、「黒字化のためには規模拡大」を考えている先もある。

参入時と現在の課題を営農類型別にみると、

- ① 「稲作」は、参入時において「農業技術の習得」「農地の確保」「資金調達(長期)」「資金繰り(短期)」の割合が他の営農類型と比べ多い。米価が年々下落してきている中で、「生産物の販売単価」は現在においても高止まりしている。
土地利用型である稲作の参入時における「農地の確保」の課題解決率は33%に留まる。
- ② 「野菜(施設)」は、「農業技術の習得」「販路の開拓」の割合が多い。参入時よりも現在において「生産経費」、「商品開発」の割合が増加している。
参入時における「農業技術の習得」の課題解決率は19.2%に留まり、他の営農類型と比べ低い。
- ③ 「野菜(露地)」は、「農業技術の習得」が最も多く、他と比べても多い。参入時の「農業技術の習得」の課題解決率は37.5%。また、「生産物(商品)の販売単価」の参入時の解決率は29.2%とその他の営農類型と比べて低い。
- ④ 「果樹」は、「農地の確保」「販路の開拓」を挙げる先が多い。参入時よりも現在において「販路の開拓」の割合が増加している。この理由として、収穫できるようになるまで時間を要することが考えられる。
参入時の「販路の開拓」の課題解決率は43.8%。
- ⑤ 4営農類型共通の高止まりしている課題は、「生産経費」「商品開発」であり、これらの参入時の解決率は低い。

以上から、農業参入にあたって重要なのは、営農類型における多くの先が挙げた課題と、共通課題である「生産経費」「商品開発」の解決を確実に行うことが重要であると考えられる。

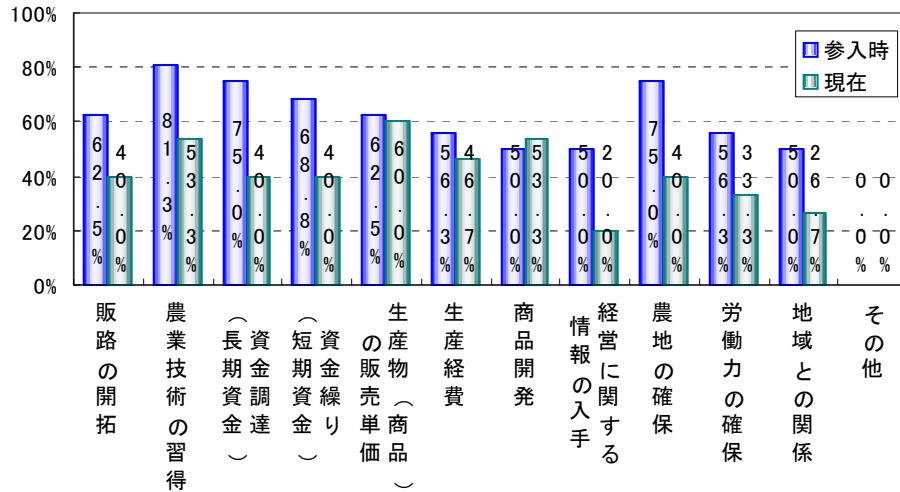
損益状況を営農類型で比較すると

- ① 水稻は、黒字が35.0%と他の3営農類型と比較して黒字が最も多い。ただし、計画期間後に黒字化した先の割合は20.0%で他の3営農類型と比べ最も多い。また、黒字化までの見込み期間と実際に黒字化まで要した期間との乖離が3.5年と他と比べもっとも大きい。
- ② 野菜(施設)は、計画期間内に黒字化した先が8.1%と他と比べ最も少ない。
黒字化まで要した期間は4.5年と他の3営農類型と比べ、もっとも短期間となっている。
- ③ 野菜(露地)の黒字化先の割合は、27.6%と水稻に次いで多い。また、計画期間内に黒字化した先の割合は15.5%と4営農類型の中で最も多い。
黒字化までの見込み期間と実際に要した期間との乖離は0.3年(約4ヶ月)と他と比べ、乖離が最も小さい。
- ④ 果樹は黒字先が18.5%と4営農類型の中で最も少ない。また、果樹は収穫まで時間を要することから、黒字化までの見込み期間は5.4年と他と比べ長期間となっているとともに、実際に要した期間も8.0年と最も長い時間を要している。

1 参入時と現在における課題

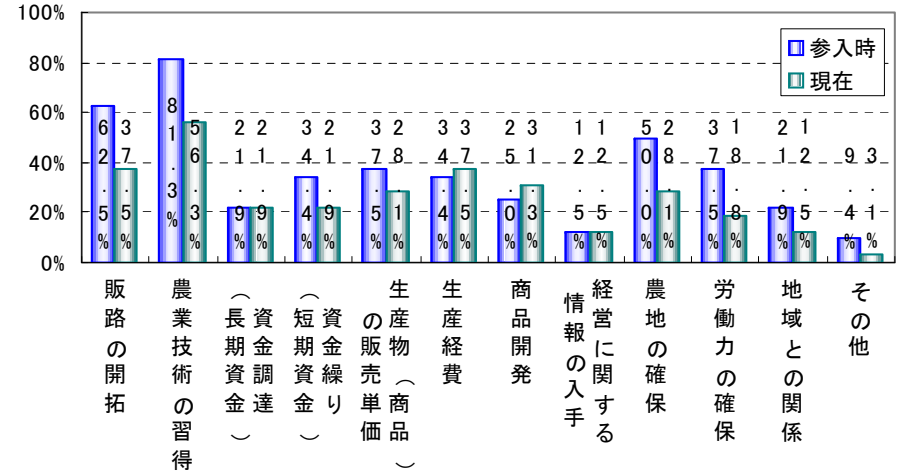
水稻

参入時 n=16
現在 n=15(参入後106.3ヶ月)



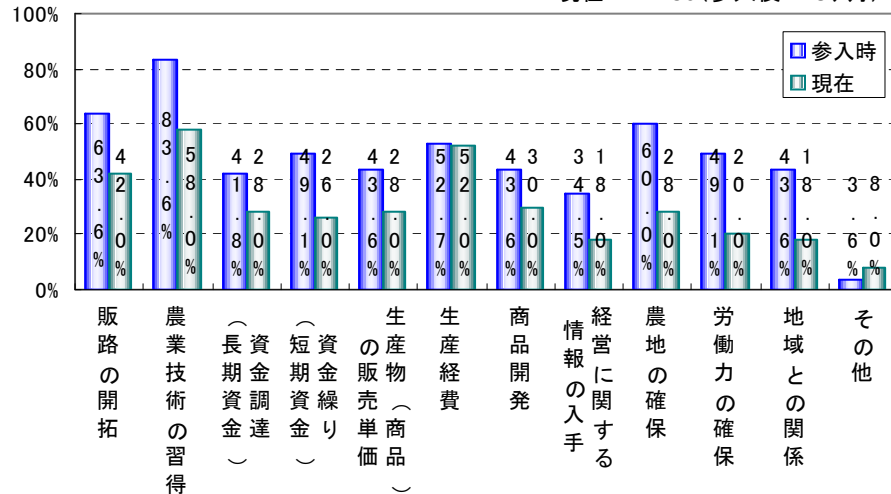
野菜(施設)

参入時 n=32
現在 n=32(参入後63.1ヶ月)



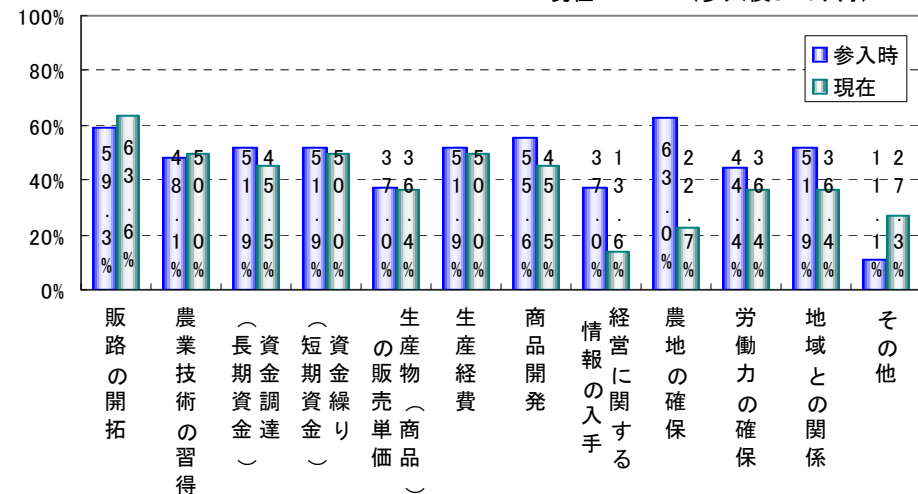
野菜(露地)

参入時 n=55
現在 n=50(参入後72.8ヶ月)



果樹

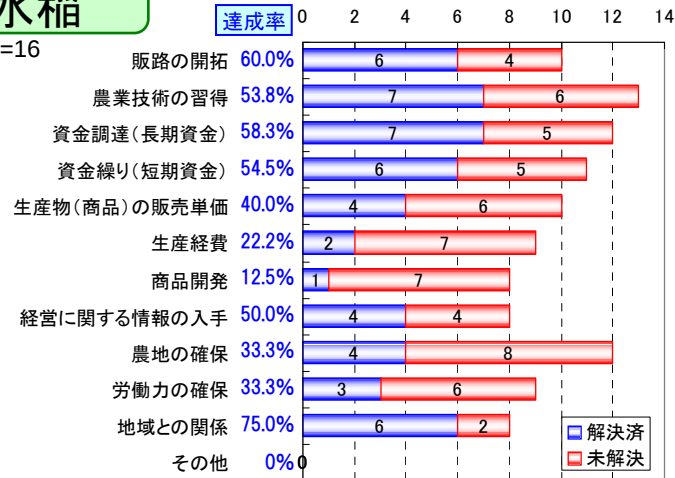
参入時 n=27
現在 n=22(参入後87.0ヶ月)



2 参入時における課題の達成状況

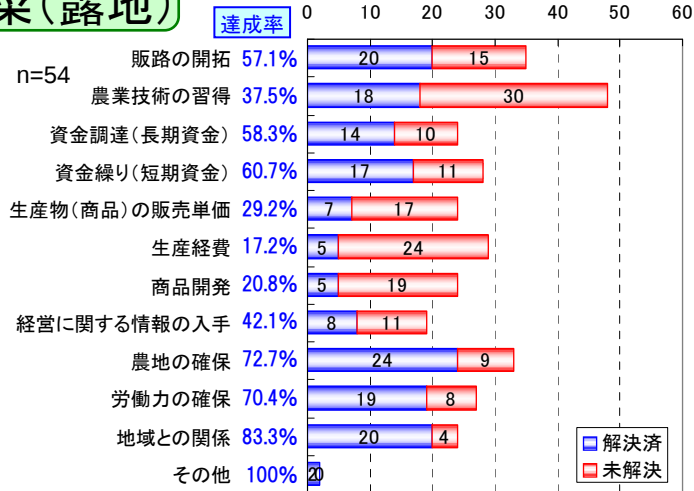
水稻

n=16



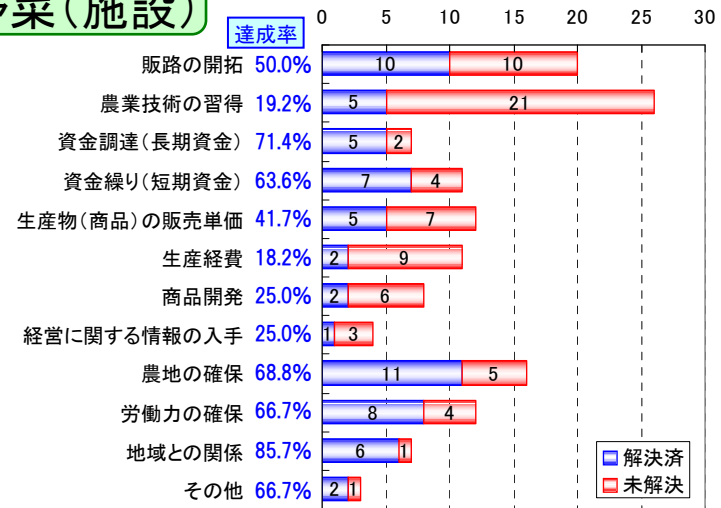
野菜(露地)

n=54



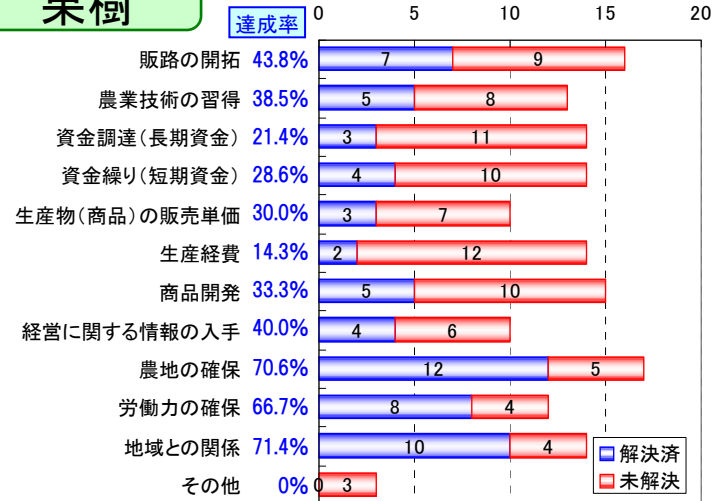
野菜(施設)

n=32



果樹

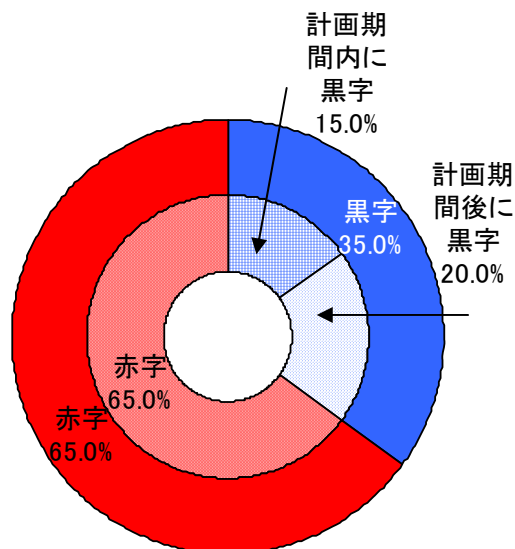
n=27



3 損益状況

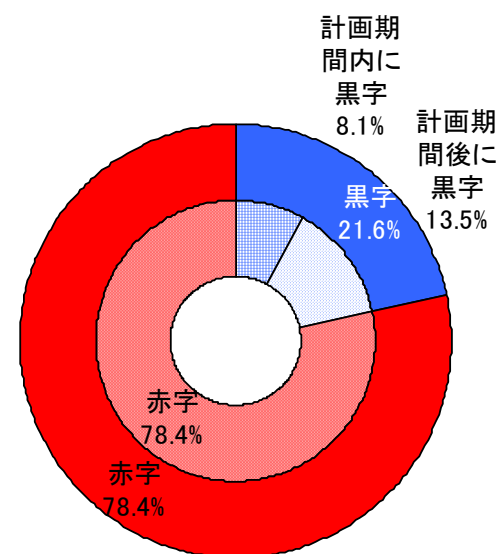
水稻

	年	参入後月数
当初の黒字化見込期間	4.4年	103.1ヶ月
黒字化まで要した期間	7.9年	186.6ヶ月
	先数	参入後月数
黒字 計画内	3	186.6ヶ月
計画後	4	
赤字	13	61.9ヶ月



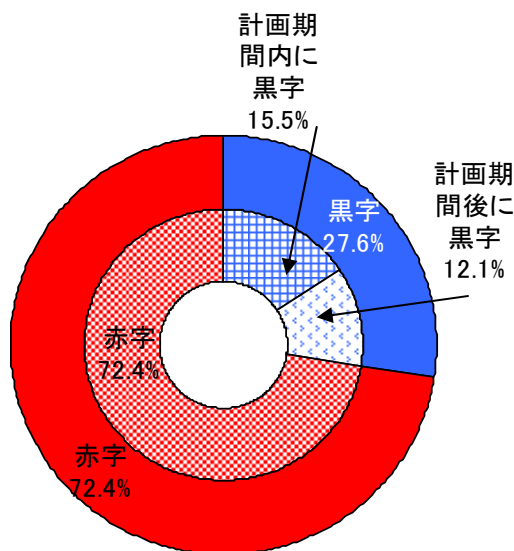
野菜(施設)

	年	参入後月数
当初の黒字化見込期間	3.4年	63.6ヶ月
黒字化まで要した期間	4.5年	137.1ヶ月
	先数	参入後月数
黒字 計画内	3	137.1ヶ月
計画後	5	
赤字	27	38.1ヶ月



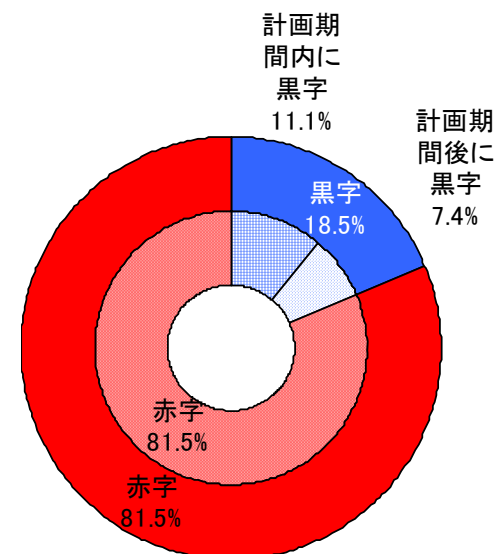
野菜(露地)

	年	参入後月数
当初の黒字化見込期間	4.5年	72.2ヶ月
黒字化まで要した期間	4.8年	131.8ヶ月
	先数	参入後月数
黒字 計画内	9	131.8ヶ月
計画後	7	
赤字	42	43.8ヶ月



果樹

	年	参入後月数
当初の黒字化見込期間	5.4年	78.1ヶ月
黒字化まで要した期間	8.0年	144.8ヶ月
	先数	参入後月数
黒字 計画内	3	144.8ヶ月
計画後	2	
赤字	24	84.2ヶ月

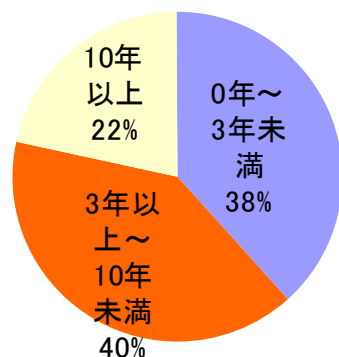


農業経営における課題を参入後経過年数別にみると、

- ① 「販路の開拓」「生産経費」は経過年数に関わらず約半数が挙げており、高い水準。特に「生産経費」は経過年数が増つと人件費の額も増すことが考えられ、これらを含めたコスト削減は恒久的な課題になっていることが分かる。
- ② 「農業技術の習得」の課題は経過年数が増えるにつれて減少している。
- ③ 「長期資金」と「資金繰り(短期資金)」は参入後3年以上経つと課題として増えているが、この要因として、黒字を確保するまで資金繰りを確保する必要があるケースが多いこと、また、農地など規模拡大を図る経営の次のステージに移行する段階の際に再度、資金の調達が必要となることが考えられる。

- ① 「農業技術の習得」は参入後、時間を経ると減少傾向にあるが、逆にこれは常にその努力をする必要があることを意味していると考えられ、一時的な課題ではないというように捉えるべき。
- ② 「生産経費」は、近年上昇している光熱動力費や肥料費のほか、生産技術を有し、長い期間雇用すると上昇する人件費も含めて、コスト削減に努めていくことが重要になる。
- ③ 参入時に準備した資金がなくなったときの対応、規模拡大を図る際の資金調達も事前に検討しておくことが経営を継続していくうえで重要になる。
- ④ 参入直後に限らず、「販路の開拓」の課題は継続して抱えているので、常に解決が図られるように取組をする必要がある。

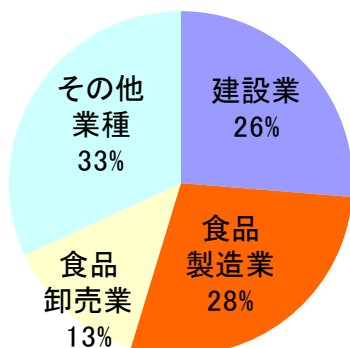
1 参入期間別割合 n=138



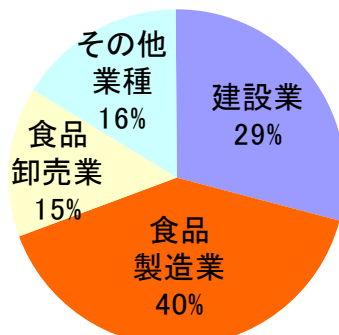
計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
138	53(38%)	55(40%)	30(22%)

2 業種別割合 n=138

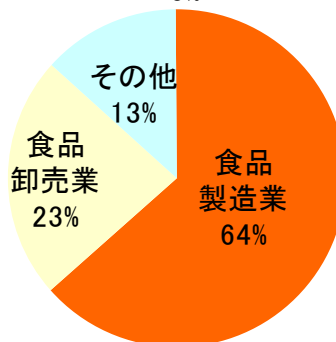
0年～3年未満
(参入後20.7ヶ月)



3年以上～10年未満
(参入後65.9ヶ月)



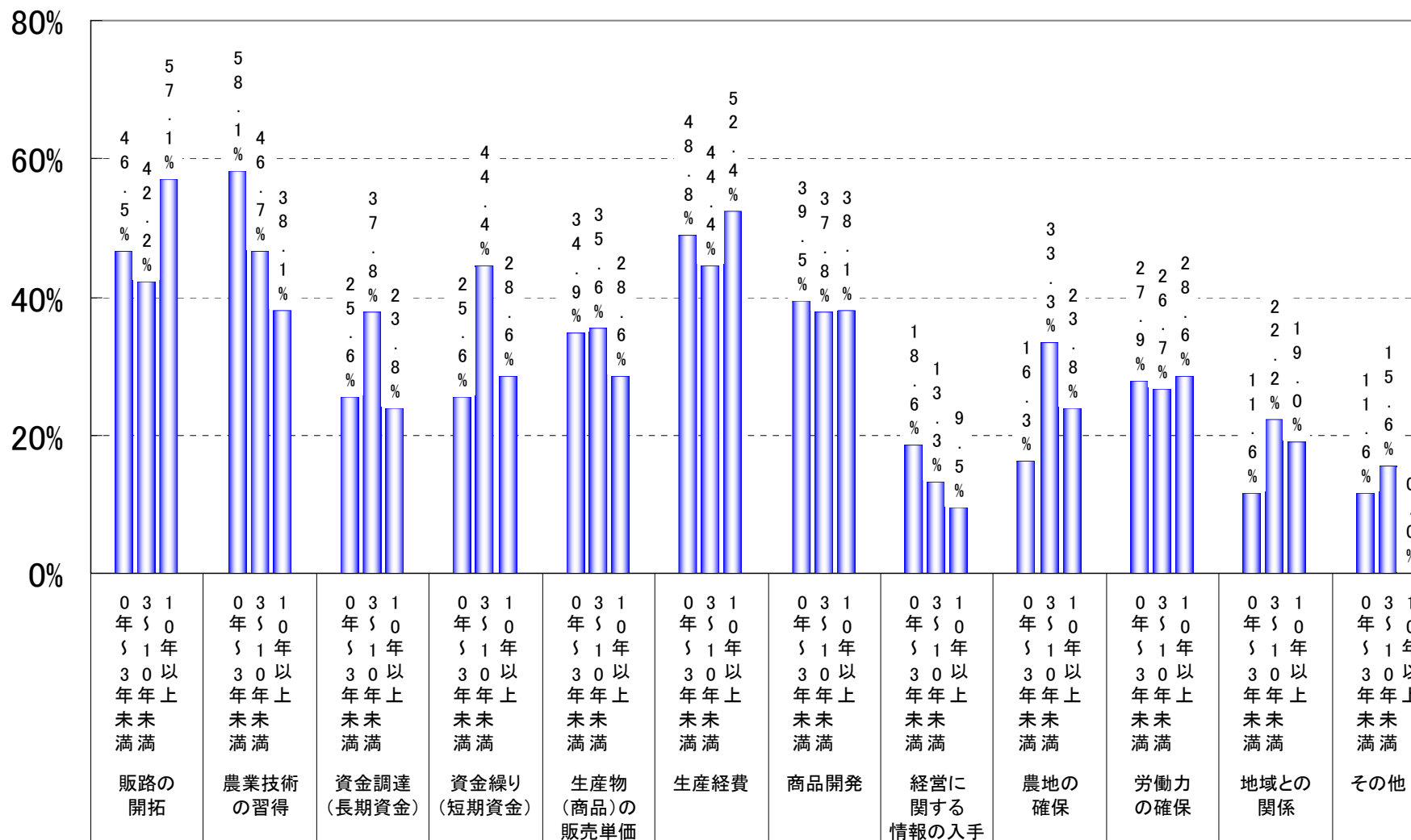
10年以上
(参入後296.6ヶ月)
建設業
0%



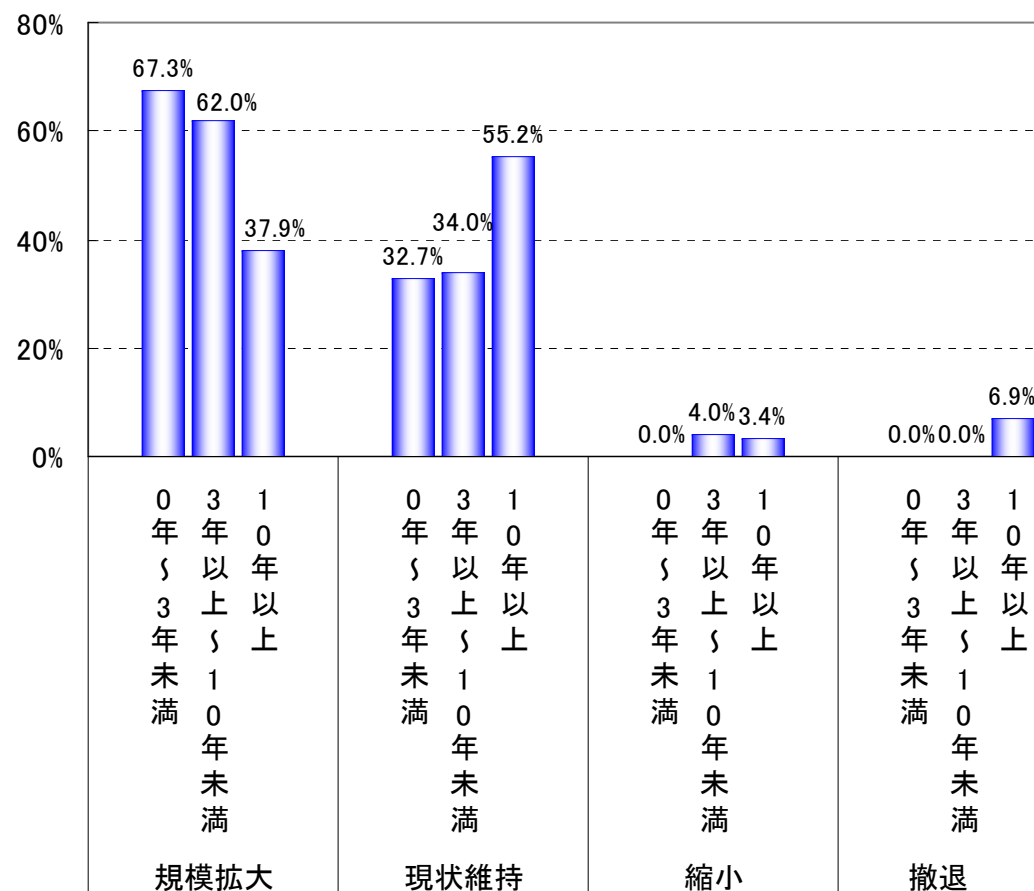
○本調査では、0～3年未満の先では「その他業種」が多い。また3年以上～10年未満の先は「食品製造業」が最も多い。

○10年以上の先は、「食品製造業」が64%と半数以上を占めた。

3 農業部門の現在の課題 n=109



4 農業部門の今後の経営方針 n=109



○参入後10年未満までは「規模拡大」が50%を超えるが、10年以上になると「現状維持」が50%を超える。

参入時と現在の課題を損益別にみると、

(1) 参入時の課題の解決状況

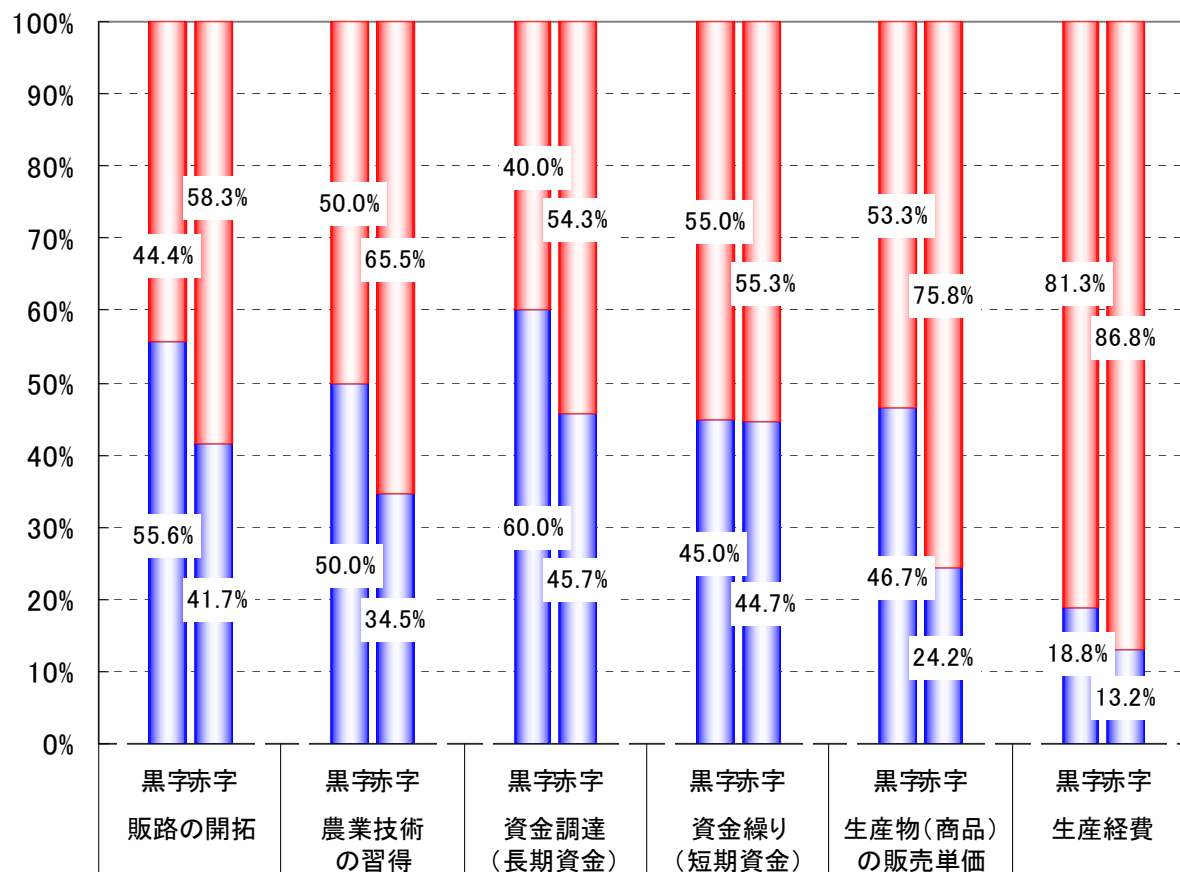
- ① 参入時の課題において、黒字を確保した先は赤字先よりも、「販路の確保」、「農業技術の習得」、「資金調達(長期資金)」、「生産物の販売単価」の解決済となっている割合が高い。
- ② 「生産経費」、「商品開発」については、損益別の両者ともに未解決の割合が高い。

(2) 現在の課題状況

- ① 黒字を確保した先の現在の課題状況は、「販路の開拓」、「農業技術の習得」が多い。
- ② 赤字先の現在の課題状況は、「生産経費」が最も多い。利益の確保に直結する「生産経費」、「販売単価」の課題を挙げる先の割合については、黒字先と赤字先との乖離が大きい。

以上から、黒字化に向けて重要なのは、「販路の確保」、「農業技術の習得」、「生産物の販売単価」を確実にし、「生産経費」を抑制することであると考えられる。

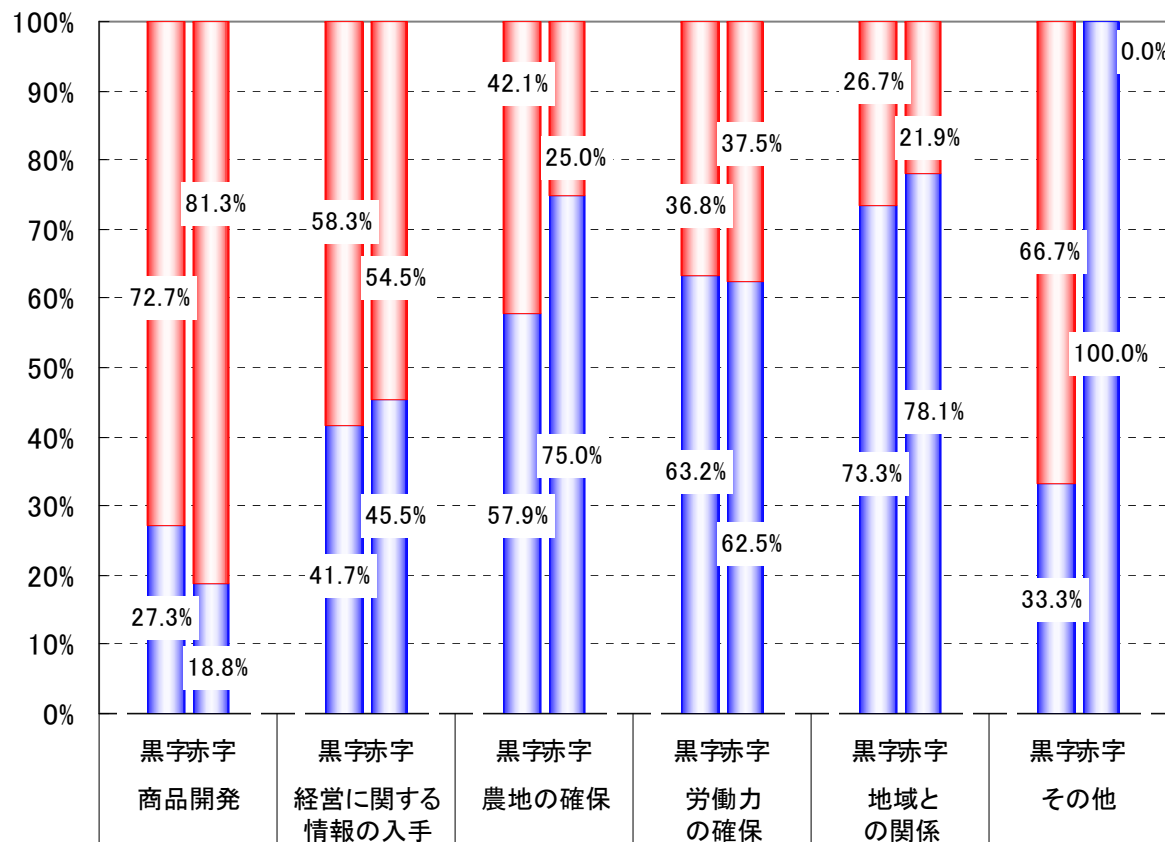
1 参入時の課題の解決・未解決割合 n=110



○黒字を確保した先は、参入時の課題において、「販路の確保」、「農業技術の習得」、「生産物の販売単価」の解決済みとなっている割合が赤字の先よりも高い。

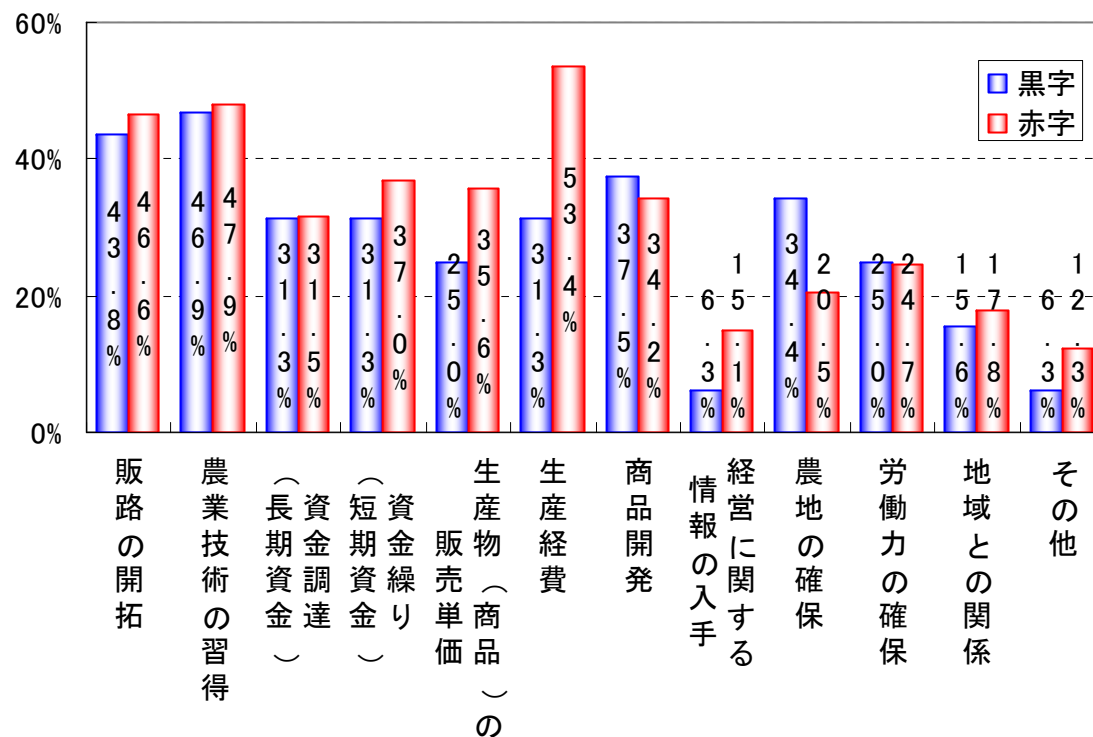
○「生産経費」、「商品開発」については、黒字・赤字の先ともに未解決の割合が高い。

1 参入時の課題の解決・未解決割合 n=110



○「経営に関する情報の入手」「労働力の確保」「地域との関係」は、黒字先、赤字先ともに解決率の差はあまりない。

2 現在の課題状況 n=105



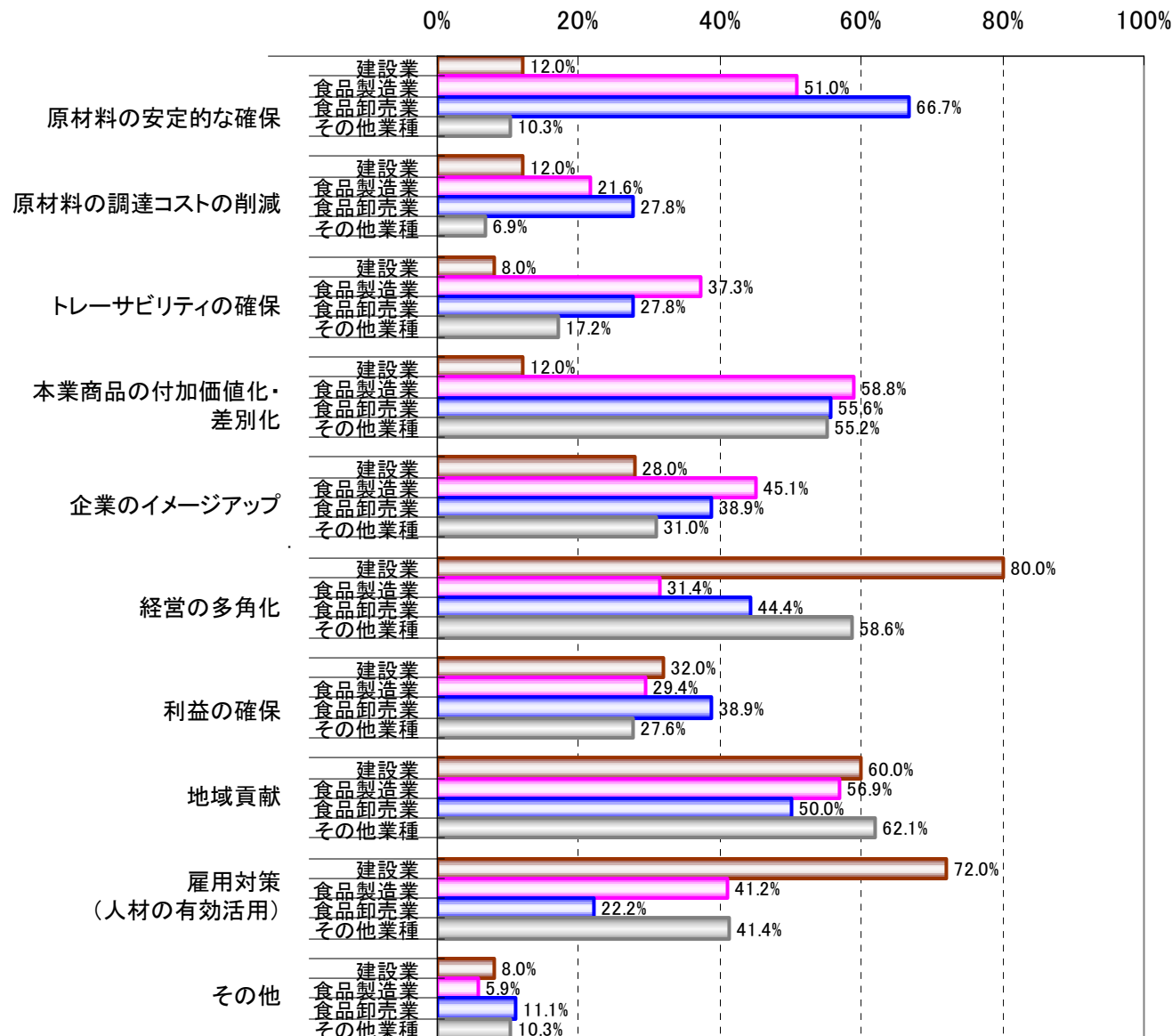
○黒字・赤字先とも「販路の開拓」、「農業技術の習得」を課題として挙げる先が多い。

○黒字先と赤字先を比較して、赤字先の方が課題として多く挙げているのは、「経営に関する情報の入手」、「生産経費」、「販売単価」、「短期資金繰り」となっている。つまり、販売単価が安く、また、経費が嵩むことで、資金繰りに窮していることが考えられる。

○黒字先が赤字先よりも多い課題は「農地の確保」となっており、これは規模拡大において条件の良い農地を探していることが考えられる。

- 1 農業参入の目的は、業種によってその違いが明確に現れている。具体的には、
 - ①「建設業」では、80%の先が「経営の多角化」、72%の先が「雇用対策」を挙げている。
 - ②「食品製造業」「食品卸売業」では、50%以上の先が「原料の安定的な確保」「本業商品の付加価値化・差別化」を挙げている。
- 2 参入目的の達成状況は、
 - ①「建設業」で最も多かった「経営の多角化」の達成率はこれを目的としている先のうち55%。
 - ②「食品卸売業」の「本業商品の付加価値化・差別化」の達成率は同50%にとどまるが、「食品製造業」では同73%にのぼっており、一定の成果があったものと考えられる。
- 3 参入時と現在における課題の状況をみると、業種に関係なく「生産経費」は参入時と現在においてほとんど変化がなく、恒久的な課題となっていることがわかる。また、「販路の開拓」は「建設業」において参入時よりも現在のほうが減少はするが、ほかの業種と比べて多くの先が課題として挙げている。
- 4 参入時における課題の解決状況も「生産経費」はどの業種も解決率は低い。
- 5 損益では、「食品卸売業」で約60%の先が黒字。また総じて、業種に関係なく黒字化までに要する期間は、見込期間よりも長期間を要している。

1 農業参入の目的(複数回答)



○ 「建設業」と「その他業種」では、「経営の多角化」を挙げる割合が高い。

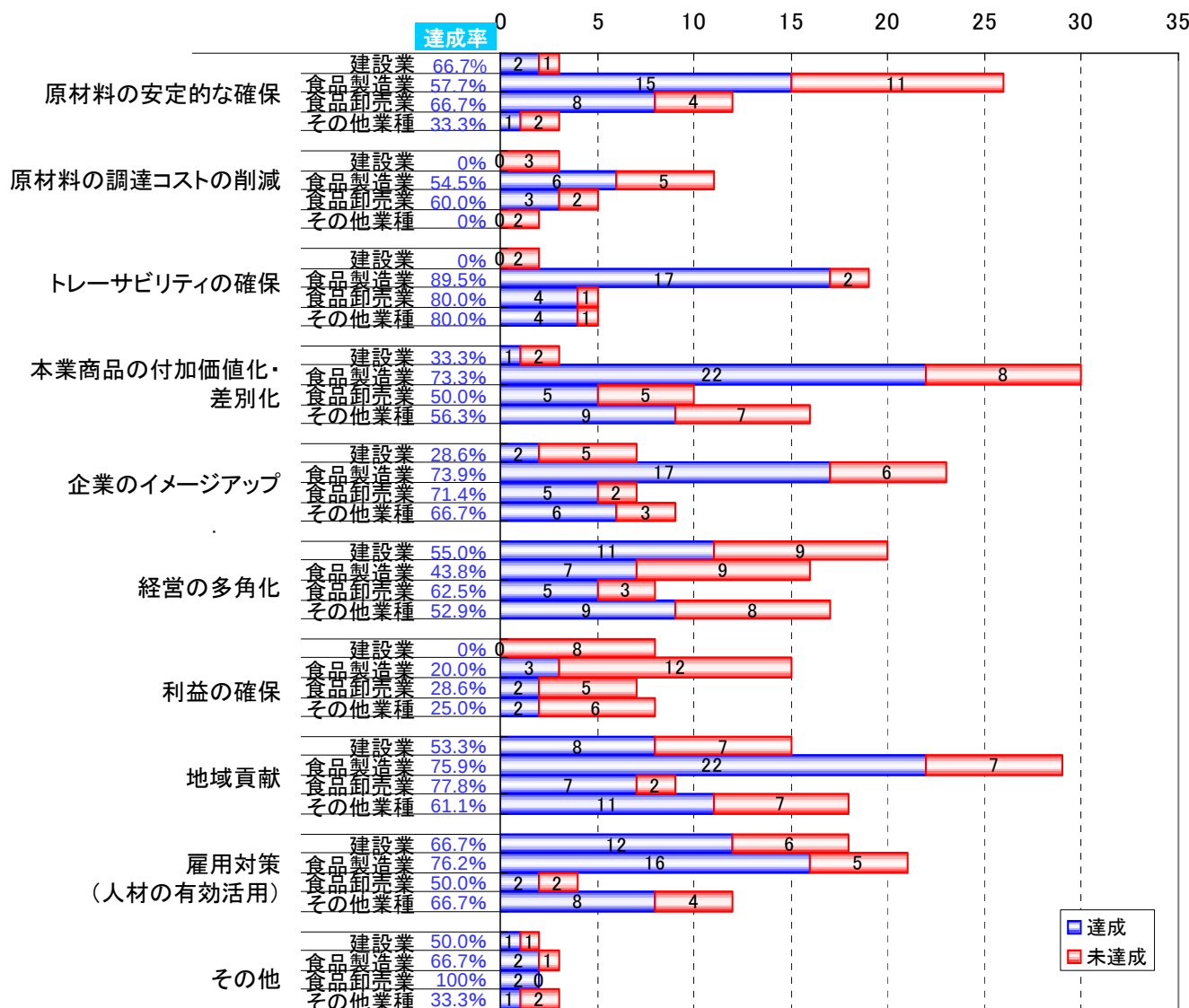
○ 一方、「食品製造業」「食品卸売業」は、「原材料の安定的な確保」「本業商品の付加価値化・差別化」は50%を超えている。

また、「原材料の調達コストの削減」「トレーサビリティの確保」もそれ以外の業種と比べ、目的に挙げている割合が高く、これら食品関連産業は、自社の加工品の原材料の調達先として農業に参入していることがわかる。

○ また、「建設業」は「雇用対策」を挙げている割合がほかの業種と比べて突出して多い。これは建設業界の厳しさに基づく従業員の解雇を回避させている場合が多い。

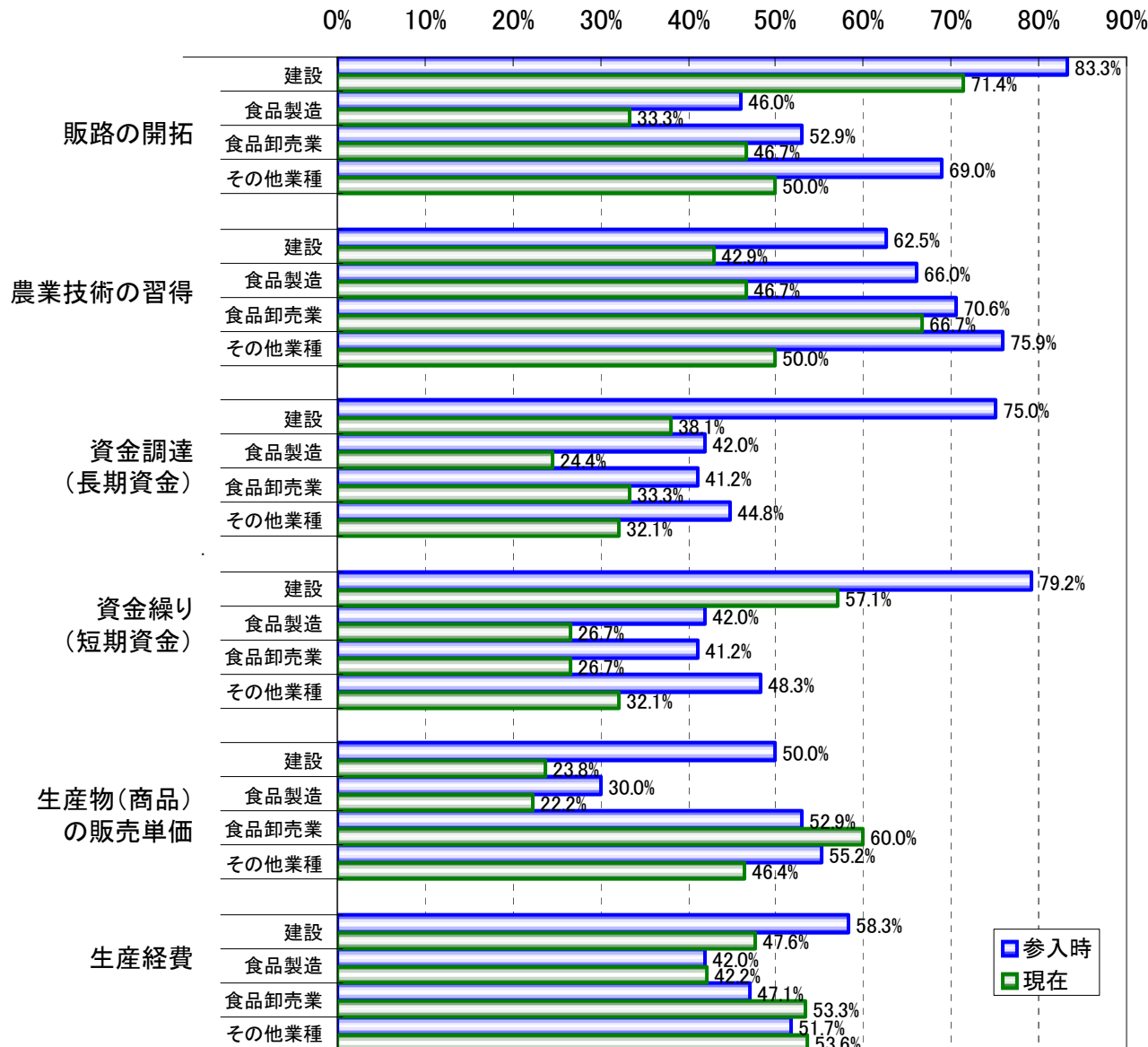
○ どの業種も、「地域貢献」を挙げている割合は50%以上となっており、具体的には、「地域農業を守る」「地域の雇用対策」などのために参入したとの声があった。

2 参入目的の達成状況(複数回答)



- 「利益の確保」はどの業種も達成率は低く、特に「建設業」では達成されていない。
- また、「建設業」「その他業種」において目的として多くの企業が挙げていた「経営の多角化」もその達成率は約半数にとどまっている。
- 「トレーサビリティの確保」は、食品関連産業を中心に、約80%～90%と高い達成率となっており、一定の成果がみられる。
- 「本業商品の付加価値化・差別化」は「食品製造業」においては約73%となっているが、「食品卸売業」は50%にとどまっている。
- 目的として「建設業」の約72%の先が挙げた「雇用対策」は、達成率は約67%にとどまっている。
- 「企業のイメージアップ」は食品関連産業において70%を超えており、効果が現れていることがうかがえる。

3 参入時と現在における農業部門の課題①（複数回答）



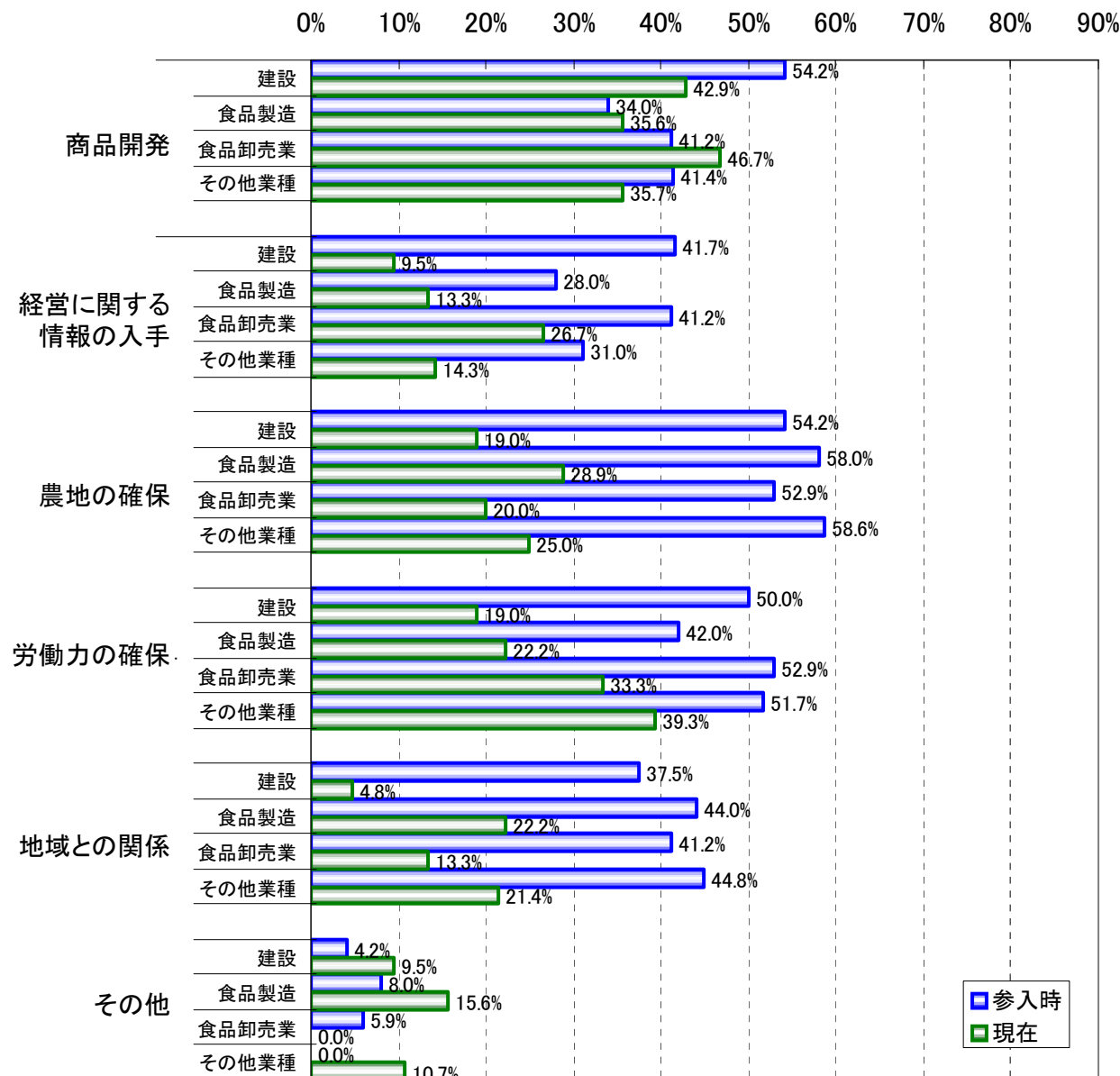
○「販路の開拓」は、本業において食品関連事業と関係のない「建設」「その他業種」で、参入後（現在）であってもそれぞれ71%、50%とその他の業種と比べて課題として挙げる先の割合が高い。

○「食品卸売業」は、参入時と現在において、「農業技術の習得」「生産物の販売単価」を課題に挙げる先の割合はほぼ同じか増加している。このことは、技術の習得に時間を要していることや価格変動が大きい市場に出荷していることがその要因として考えられる。

○「資金繰り(短期資金)」は、「建設業」では参入後（現在）であっても、約半数以上の先が課題として挙げており、資金繰りにあまり余裕がないことがうかがえる。

○「生産経費」はどの業種であっても、参入時と現在における変化は、減少していてもごくわずかであったり、増加している場合もある。具体的には、特に、経費のうち「人件費」の負担が大きいとの声が多い。

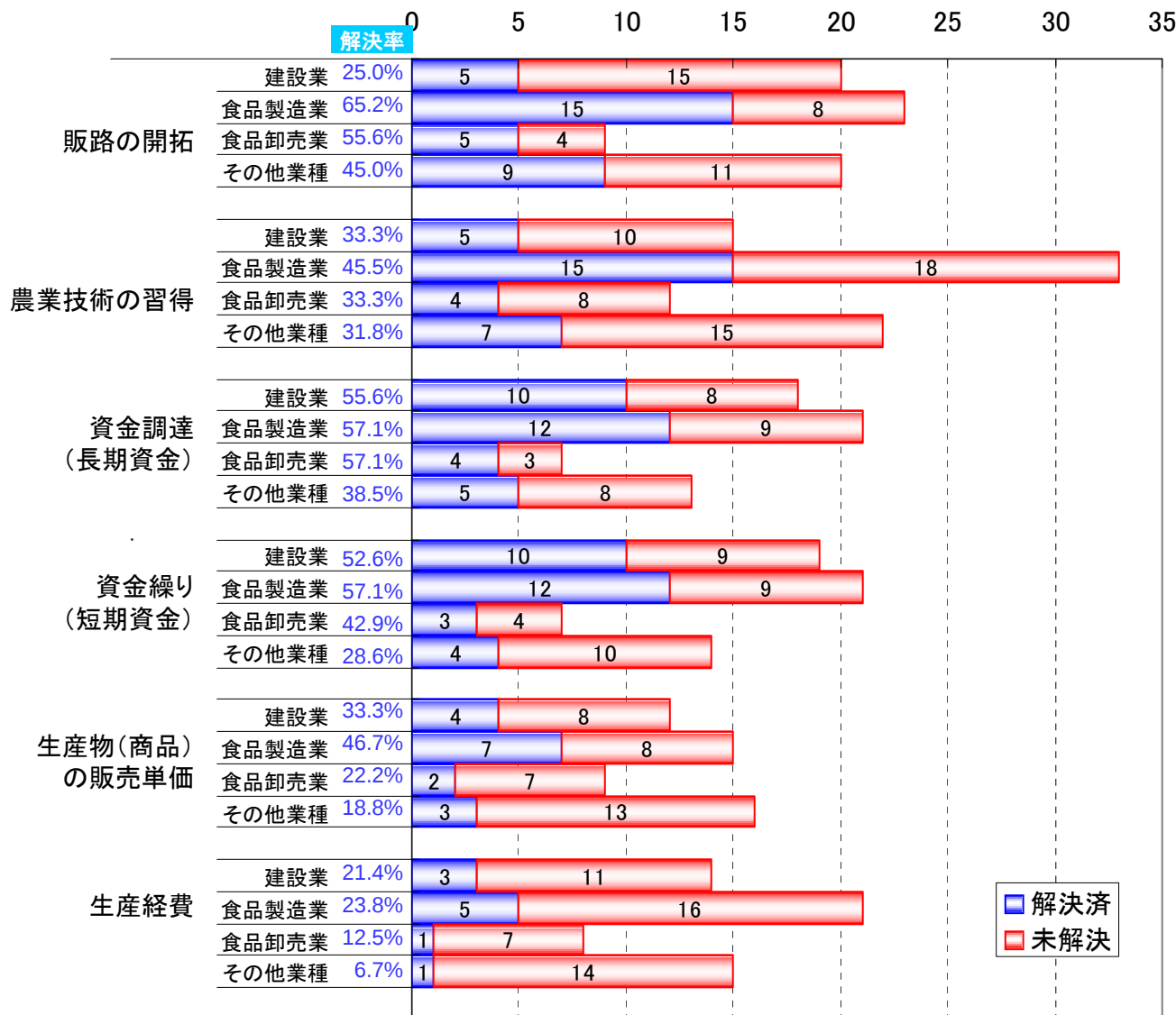
3 参入時と現在における農業部門の課題②（複数回答）



○「商品開発」は、総じて参入後に課題として挙げる先の割合は減少している。しかし、「食品卸売業」のみ5.5ポイント増加しており、市場に出荷させるこの業種は、独自性をいかに生み出すかということに課題を抱えていると考えられる。

○ 現在における「経営に関する情報の入手」「農地の確保」「労働力の確保」「地域との関係」は参入時と比べ、課題として挙げる先の割合は大きく減少しており、参入時に課題が解決されていることがわかる。

4 参入時における農業部門の課題の解決状況①（複数回答）



○ 食品関連産業ではない「建設業」「その他業種」の「販路の開拓」の課題解決率は食品関連産業と比べて低い。

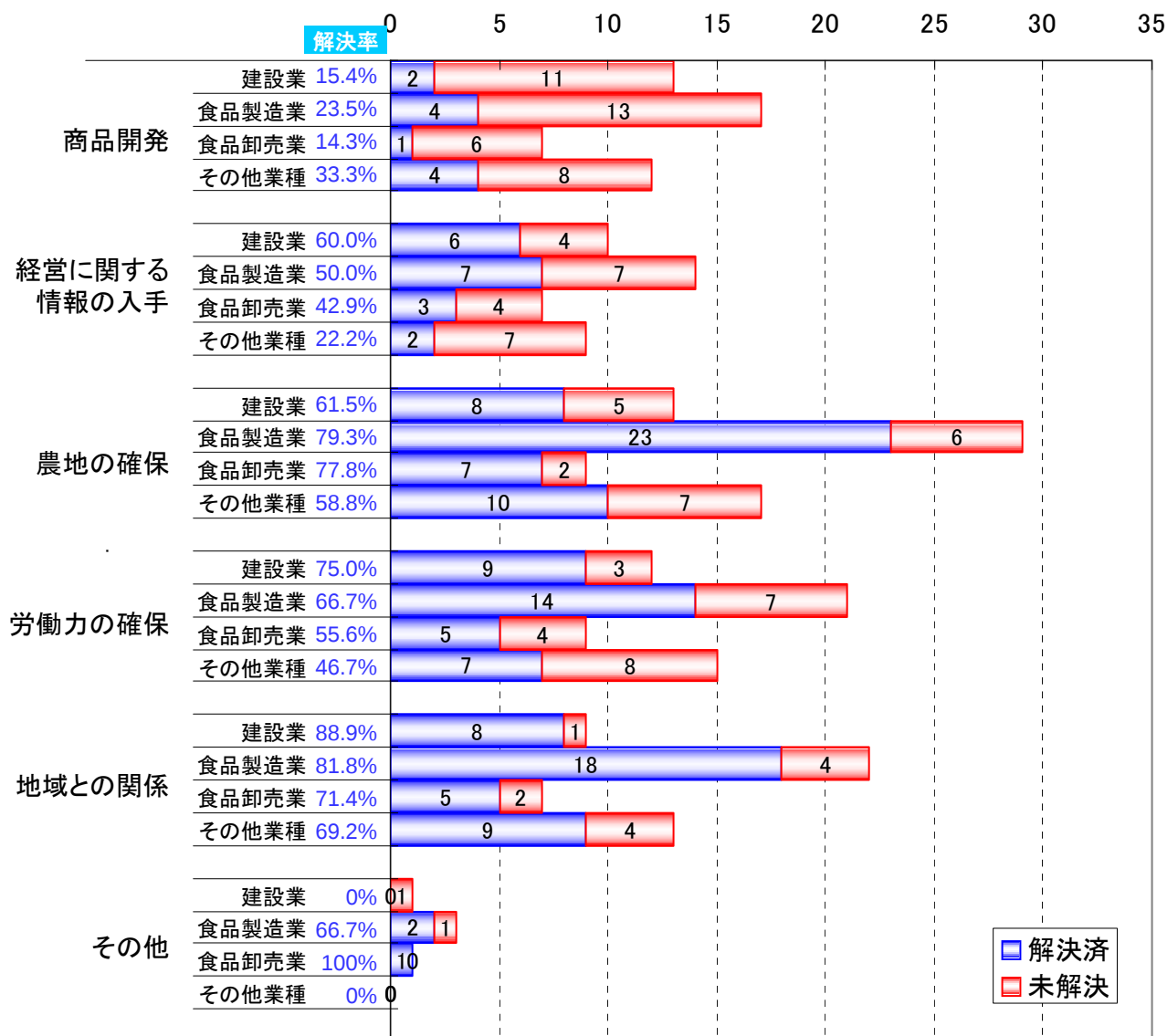
○ 「生産経費」はどの業種であっても、そのほかの課題と比べて参入時における解決率は非常に低い。業種に関係なく、課題として抱えていることがわかる。

○ 「農業技術の習得」は参入時において「食品製造業」で約46%と最も課題解決率が高いが、半数以上が未解決のまま事業を開始している状況。

○ 「食品卸売業」は参入時において、「農業技術の習得」の課題解決率は約33%と低調であり、また、「生産物の販売単価」の解決率もほかの業種と比べて低くなっている。

これらの課題の関係については、商品規格の厳しい市場に出荷することが多い卸売業では、生産技術が十分でないため、市場での販売単価が安い可能性が考えられる。

4 参入時における農業部門の課題の解決状況②（複数回答）



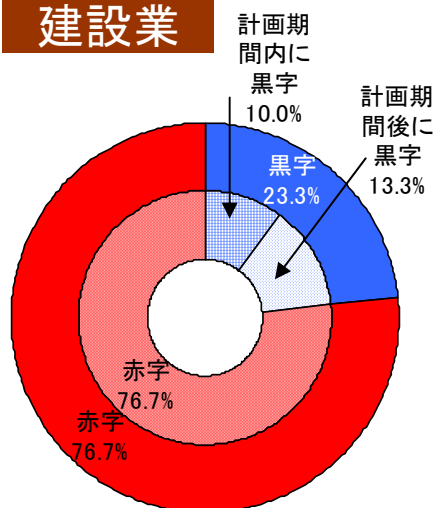
○「商品開発」は、「建設業」「食品卸売業」では、参入時においてその解決率は10%台と非常に低い。

生産した農産物を加工しない業種では、独自性を出すための商品開発の苦労がうかがえる。

○「農地の確保」「労働力の確保」「地域との関係」は参入時において、解決率は他の課題と比べて高い。

5 損益状況

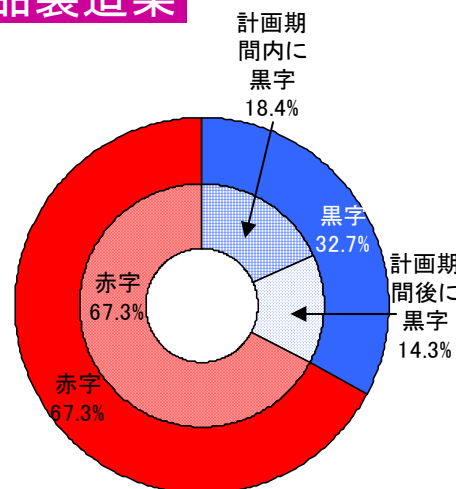
建設業



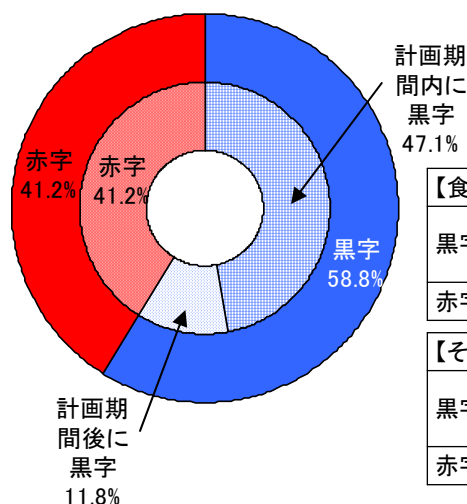
【建設業】		先数	参入後月数
黒字	計画内	3	58.6ヶ月
	計画後	4	
赤字		23	41.5ヶ月

【食品製造業】		先数	参入後月数
黒字	計画内	9	195.4ヶ月
	計画後	7	
赤字		33	87.6ヶ月

食品製造業



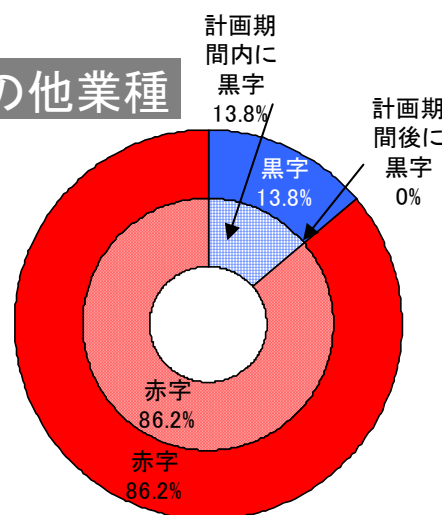
食品卸売業



【食品卸売業】		先数	参入後月数
黒字	計画内	8	147.7ヶ月
	計画後	2	
赤字		7	150.7ヶ月

【その他業種】		先数	参入後月数
黒字	計画内	4	108.3ヶ月
	計画後	0	
赤字		25	49.1ヶ月

その他業種



○「建設業」の黒字を確保した先の割合は約23%（黒字を確保した先の平均参入後期間は58.6ヶ月）。

黒字化した先のうち計画後に黒字化した先数のほうが多い。

○「食品製造業」の黒字を確保した先の割合は約33%（黒字を確保した先の平均参入後期間は195.4ヶ月）。

黒字を確保した先のうち計画内に黒字化した先数のほうが多い。

○「食品卸売業」の黒字を確保した先の割合は約59%（黒字を確保した先の平均参入後期間は147.7ヶ月）。

黒字を確保した先のうち計画内に黒字化した先数のほうが多い。

○「その他業種」の黒字を確保した先の割合は約14%（黒字を確保した先の平均参入後期間は108.3ヶ月）。

黒字を確保した先のすべてにおいて、計画内に黒字化している。

○ 計画内に黒字化している割合が最も高いのは「その他業種」で、最も低いのは「建設業」。

6 黒字化までの見込期間と実際に要した期間

	当初の黒字化見込期間			黒字化まで要した期間		
	年数	n	参入後期間	年数	n	参入後期間
全体	4.0年	112	83.3ヶ月	4.9年	37	147.2ヶ月
建設	3.8年	26	48.5ヶ月	4.1年	7	58.6ヶ月
食品製造業	4.2年	41	116.6ヶ月	4.6年	16	195.4ヶ月
食品卸売業	3.9年	14	111.6ヶ月	6.7年	10	147.7ヶ月
その他	4.1年	26	50.2ヶ月	2.8年	4	108.3ヶ月

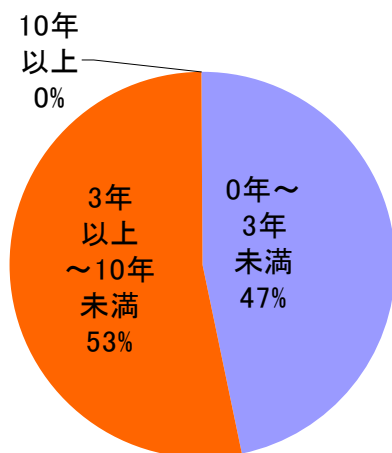
- 1 建設業が参入した営農類型は、「野菜(露地)」が最も多く、次いで「野菜(施設)」と「果樹」。営農類型を選択した理由は「本業の施設や機械を活用できる」が最も多く、次に「生産や経営の技術情報があつた」が多い。
- 2 参入までの平均準備期間は約2年弱を要しており、取組内容は「農地取得・土壌改良」が最も多い。重機を扱うことに慣れている建設業は、「農地の土壌改良」においては有利であると考えられる。
- 3 参入目的は「経営の多角化」、「雇用対策(人材の有効活用)」が多い。本業が厳しい状況であるため、農業で本業をカバーする狙いがうかがえる。また、本業の余剰人員の有効活用に加え、地域の人材を雇用し地域貢献を図る目的がみえる。
- 4 参入時の課題は「販路の開拓」、「短期資金繰り」、「長期資金調達」が多い。特に「販路の開拓」については課題解決率が低く、現在の課題としても多くの先が挙げている。
- 5 黒字を確保した先は約23%に留まり、黒字化までの期間は4.1年。

- ① 建設業は、農産物を原材料にして加工する業種ではなく、また農産物の販路を有さない条件にあるため、他の業種と比べて特に、「販路の開拓」が重要であるが、事前にその取り組みも十分になされておらず、参入時の課題として残ってしまっており、これを経営開始前までに解決しておくことが重要と考えられる。
- ② 「経営の多角化」を参入の目的にしているが、利益の確保はすぐには実現されず、本業の環境が厳しい中で、本調査結果では黒字化まで4年を有しており、この間の運転資金の確保をきちんと対応しておくべきであると考ええる。
- ③ 一方、建設業は地元と密着している場合が多いことから、このことを生かして「販路の開拓」や「生産技術の習得」に努めるべきである。
- ④ また、重機の扱いに長けているので、農機具の取扱においては他の業種と比べ有利である。

1 集計対象先数

30先(全体の22%)

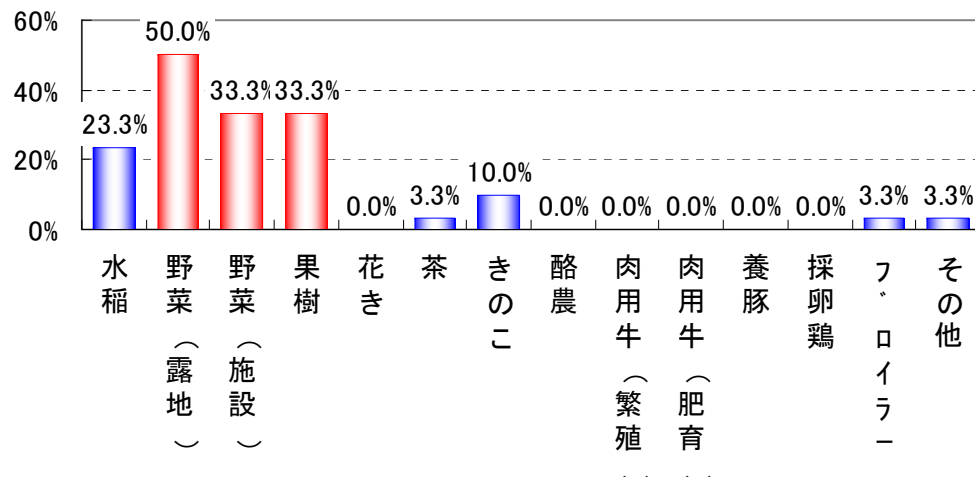
2 農業参入後の経過年数



n=30

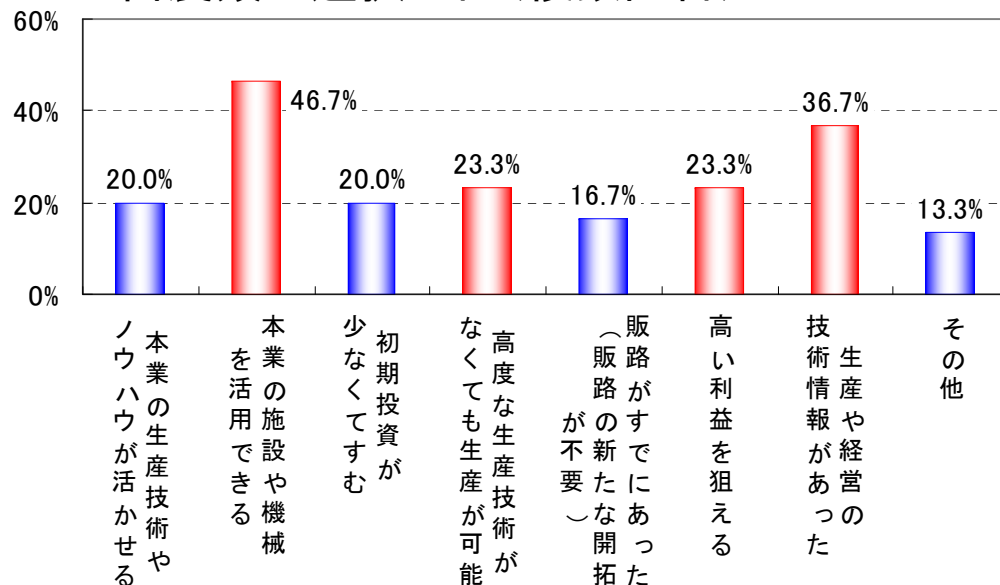
計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
30	14(47%)	16(53%)	0(0%)

3 営農類型(複数回答) n=30



○「野菜(露地)」に取り組む先が50%と最も多い。次いで「野菜(施設)」、「果樹」、「水稲」と続く。その他の営農類型はごくわずか。

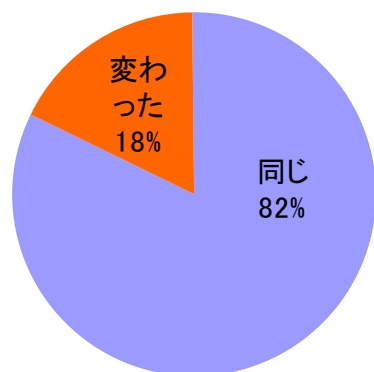
4 3の営農類型選択理由(複数回答) n=30



○「本業の施設や機械を活用できる」が46.7%と最も多い。建設業は重機や倉庫を有しており、これらは土壌改良や営農活動で活用できるという理由に基づいている。

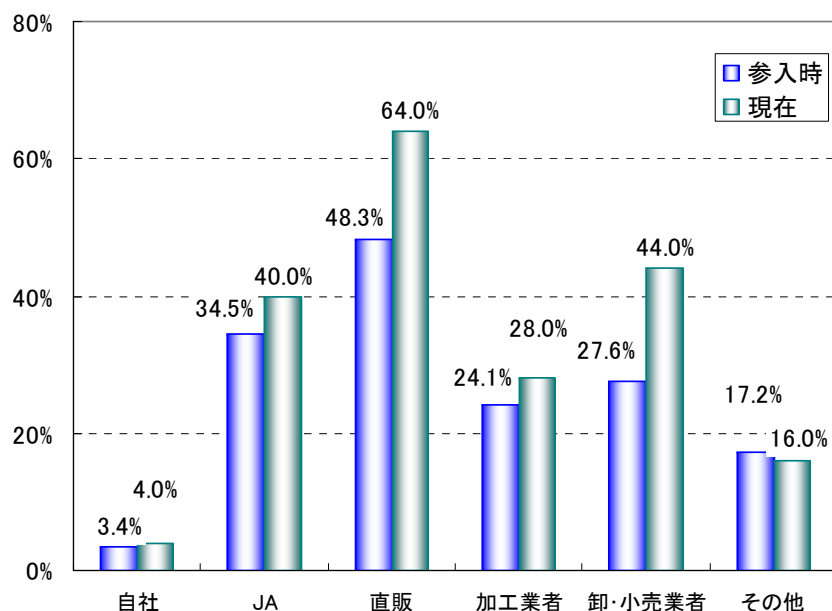
○次に、「生産や経営の技術情報があった」が多い。これは建設業は地元に着しており、地域の農業に関する情報を入手しやすいほか、従業員の家族が農業を営んでいるケースが多いという背景が影響している。

5 参入場所の参入時と現在の変化 n=28



○参入場所は概ね変化なし。

6 主な出荷先(複数回答)



○出荷先は参入時及び現在ともに「直販」が多い。続いて、「JA」や「卸・小売業者」が多い。

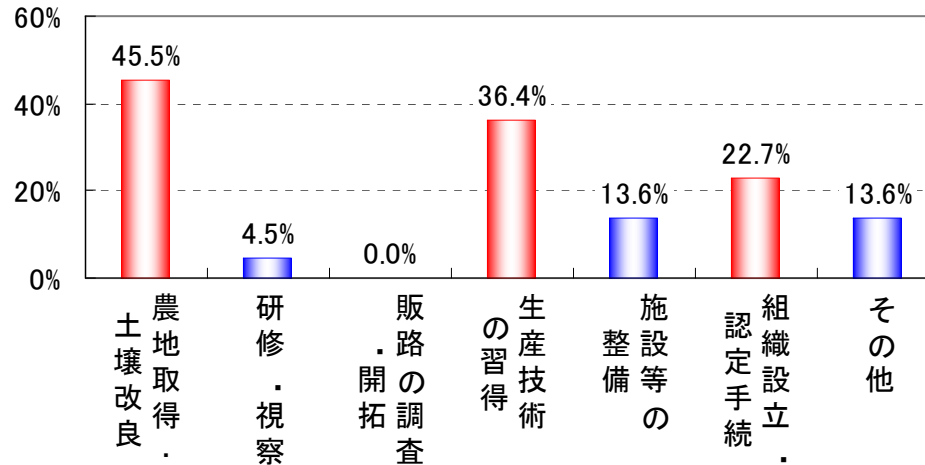
○建設業は販路を有しておらず、また食品を自ら加工することもないことから、独自に販路を開拓する必要がある。このため本業の取引先を通じて農業の販路拡大に繋げるなど、自ら販路を確保することで「直販」が多くなっている。

参入時:n=29
現在:n=25
現在=参入後平均45.5ヶ月

7 参入までの平均準備期間と取組内容(複数回答)

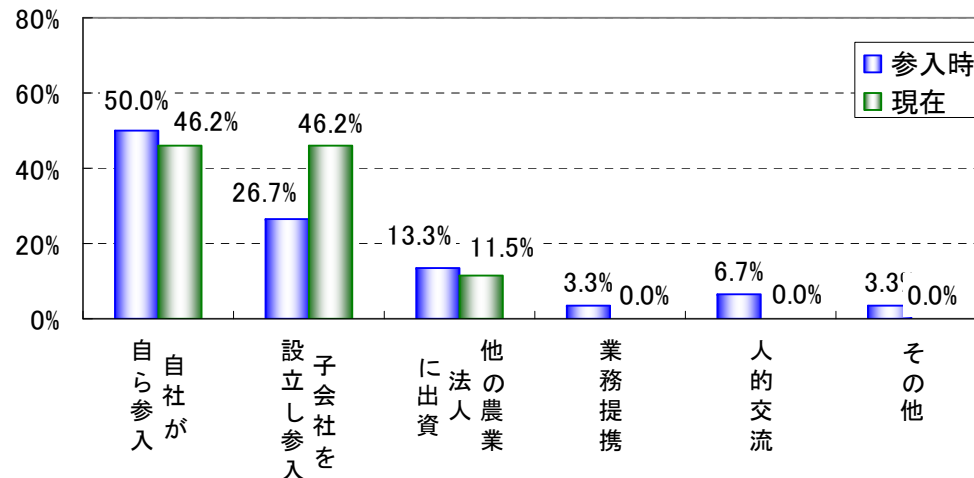
○ 平均準備期間:20.6ヶ月 (n=25)

○ 準備期間の取組内容 (n=22)



○準備期間は平均約1年9ヶ月(20.6ヶ月)。主な取り組み内容としては「農地取得・土壌改良」が最も多い。続いて「生産技術の習得」、「組織設立・認定手続」となっている。建設業において「販路の開拓」は重要であるにも関わらず、販路の調査・開拓は取り組みがなされていない。

8 参入形態(複数回答)



○参入時は「自社自ら参入」が最も多かったが、現在は「自社自ら参入」と「子会社を設立し参入」が多い。

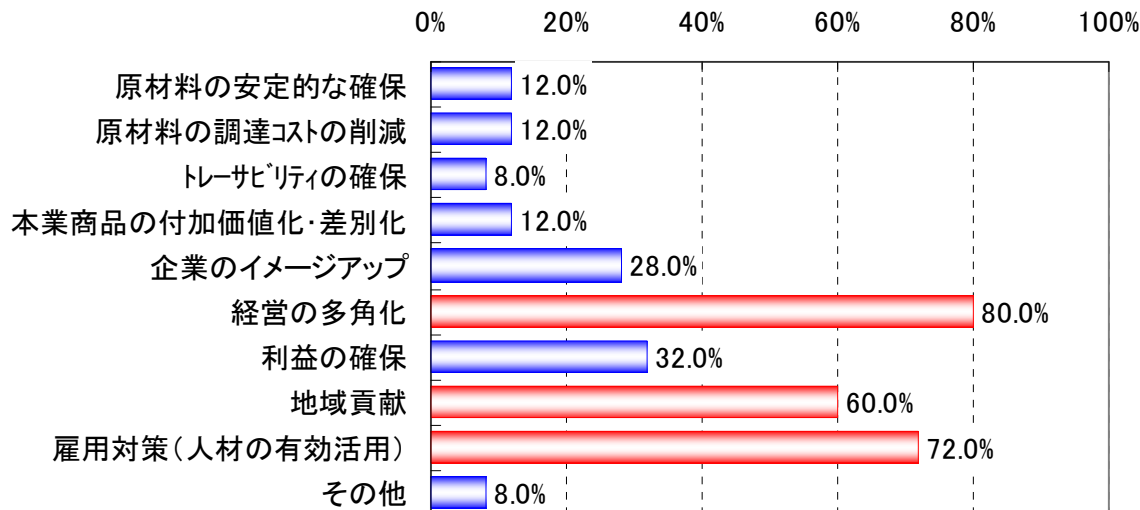
○子会社を設立する理由については、「本業と経理を明確に分けるため」、「補助金を受けるため」という声が聞かれた。

参加時:n=30

現在:n=26

現在=参加後平均45.5ヶ月

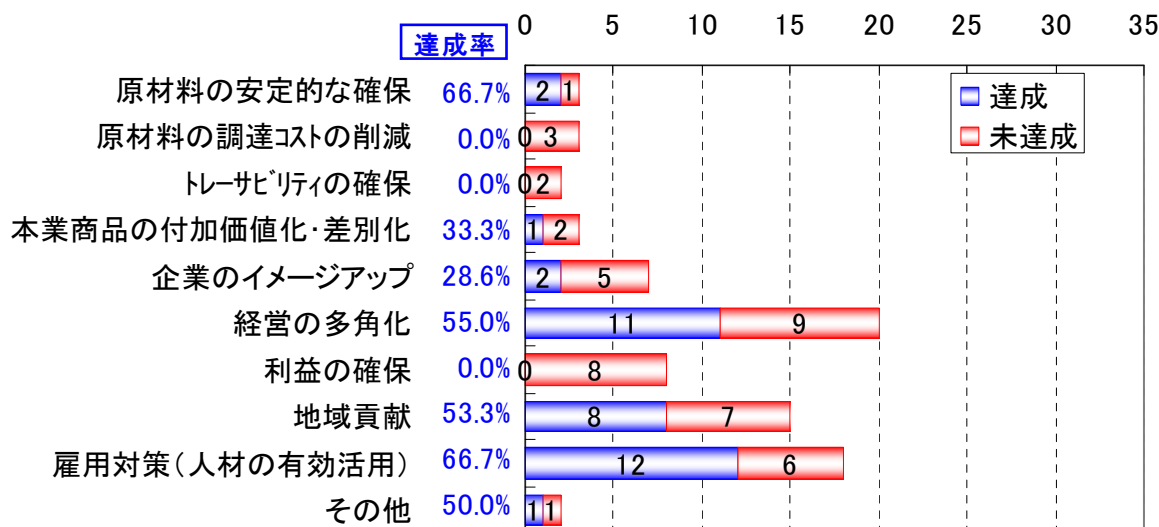
9 農業参入の目的(複数回答) n=25



○参入目的は「経営の多角化」が80%と最も多い。次いで、「雇用対策(人材の有効活用)」、「地域貢献」と続く。

○建設業界は近年売上が減少するなど工事の需要が減っており、経営環境は厳しい状況が続いている。このため少しでも経営を改善するために「多角化」を図るという理由が多い。また、本業の余剰人員の有効活用などという雇用を維持する理由も多くある。

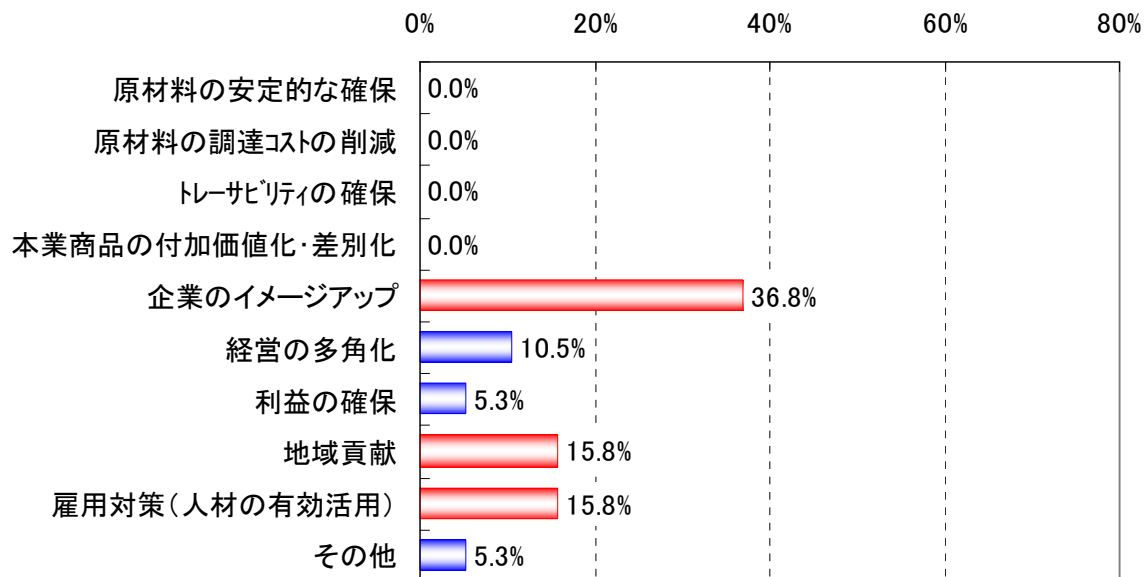
10 参入目的の達成状況(複数回答)



○目的の達成率が最も高いのは「雇用対策」の66.7%。

○参入目的で最も多い「経営の多角化」はこれを目的とするうちの55%が達成済となっているもののこれと関連が強い「利益の確保」は8社中すべてが未達成と回答している。

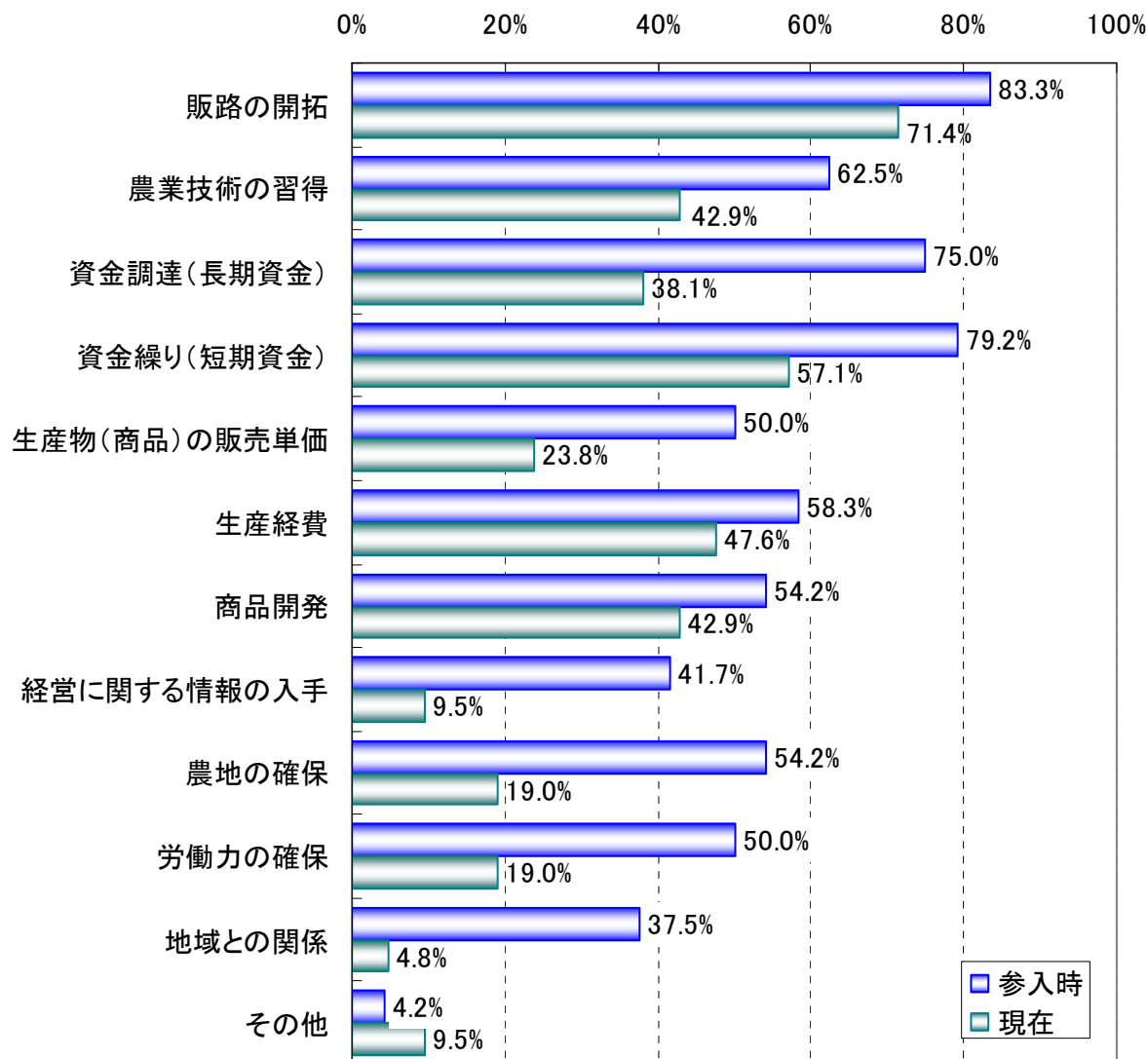
11 目的としていなかったが得られた効果(複数回答) n=12



○「企業のイメージアップ」を挙げた先も37%と最も多くなっている。

○その他に、本業の取引先を通じて農業の販路拡大につなげるなど、異業種間での人脈構築、周辺農家の協力を受けていることで地域において本業の仕事が円滑に進むなどのメリットを挙げる声もある。

12 農業部門の課題(複数回答)



○参加時の課題は「販路の開拓」が83.3%。「短期資金繰り」、「長期資金調達」も75%以上が課題としている。

○参加後約45ヶ月経過しても、70%以上の先が「販路の開拓」を課題としており、「販路がない」、「生産・加工技術がない」条件の下参入する建設業においては販路の開拓は継続して課題となっていることが分かる。

○また、60%弱が「短期資金繰り」を挙げており、年に数回生産する野菜に取り組む先が多い建設業界においては短期資金繰りについて本業からの支援を求める声が多い。

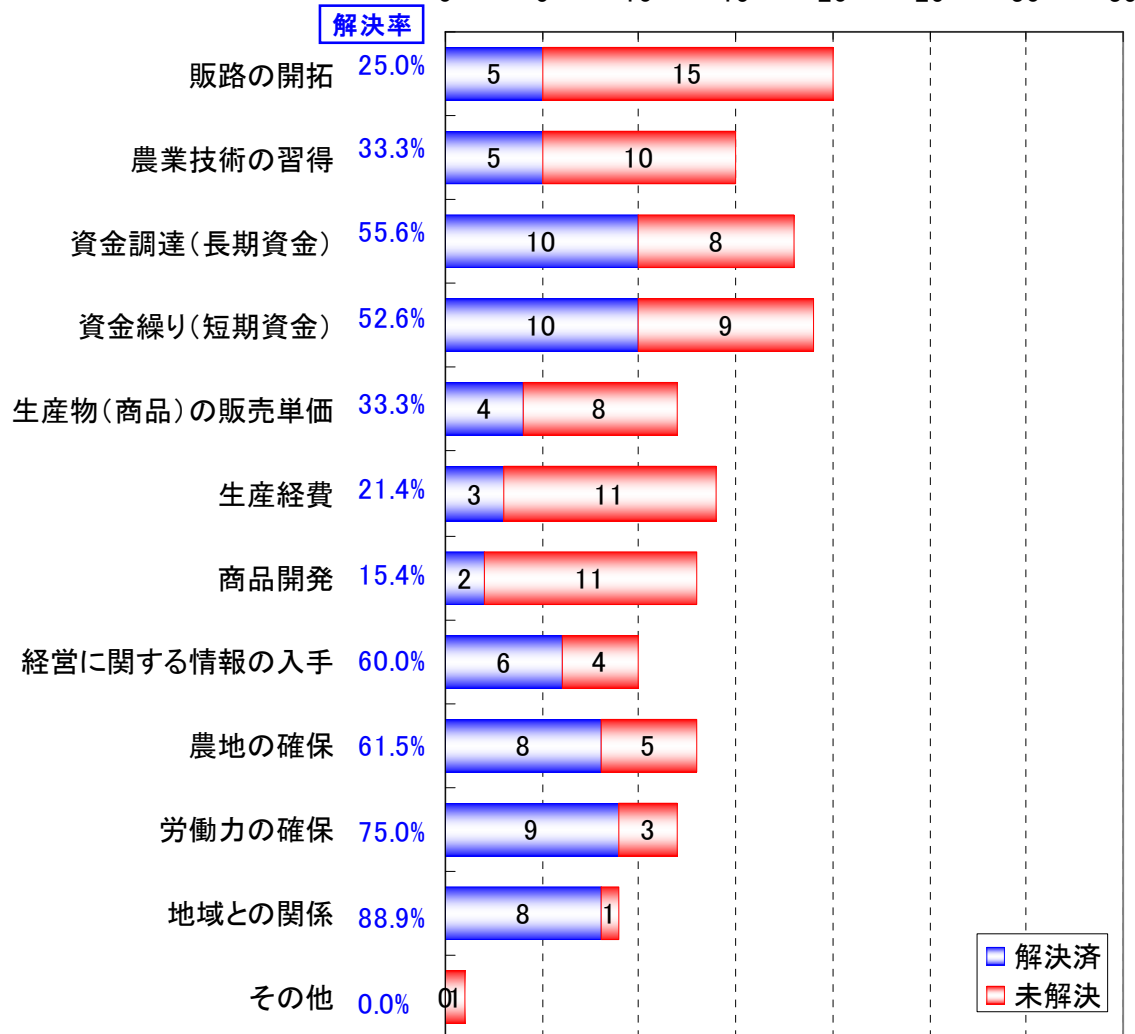
参加時:n=24

現在:n=24

現在=参加後平均44.8ヶ月

13 農業部門の課題／参入時における課題の解決状況(複数回答)

n=24

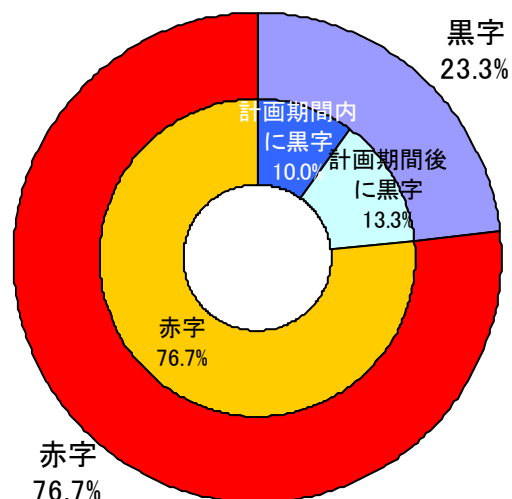


○営業担当を雇用したり、社長の人脈を活用したり、工夫した営業手法を用いるなどにより「販路の開拓」を行っている例はあるが、参入時の課題のうち最も多かった「販路の開拓」は75%が未解決。

○「長期資金調達」、「短期資金繰り」については、約半数しか解決されていない。

○「労働力の確保」、「地域との関係」は高い解決率。「地域との関係」は地元に着している建設業では、解決しやすいと考えられる。

14 黒字化までの期間 n=30



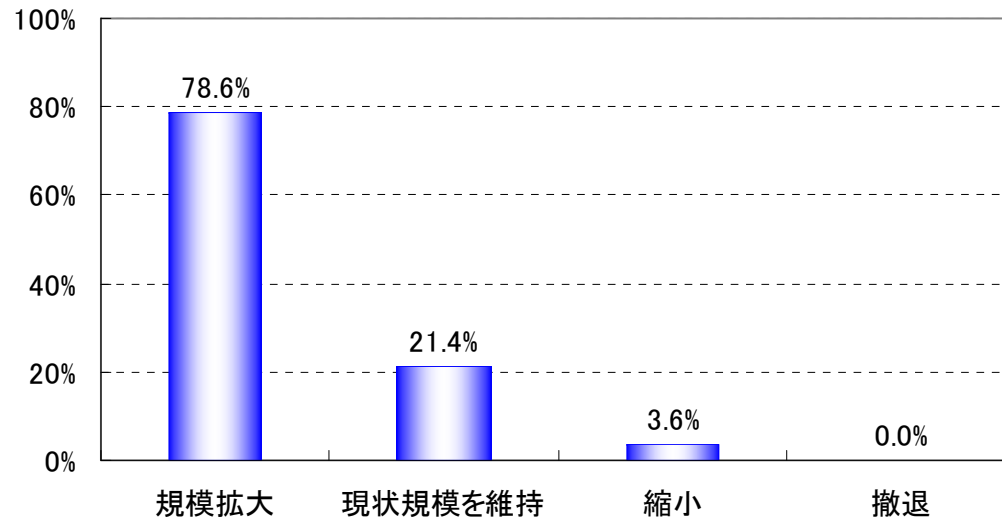
○黒字を確保した先は23%に留まり、赤字先は77%。
黒字を確保した先のうちで計画期間内に黒字化した先は43%に留まり、計画どおりに黒字化するのは容易でないことが分かる。

○当初黒字化を見込んでいた期間よりも、実際には長く要している。その原因として取引を開始、維持するために安値で販売しているためということを挙げる先もある。

15 黒字化までの期間等

		参入後経過期間
当初の黒字化見込期間 (n=26)	3.8ヵ年	48.5ヶ月
黒字化まで要した期間 (n=7)	4.1ヵ年	58.6ヶ月

16 今後の農業部門の経営方針 n=28



○今後の方針として、約80%が「規模拡大」と回答。

○利益の確保や需要増に対応するために規模拡大を考えている先もある。

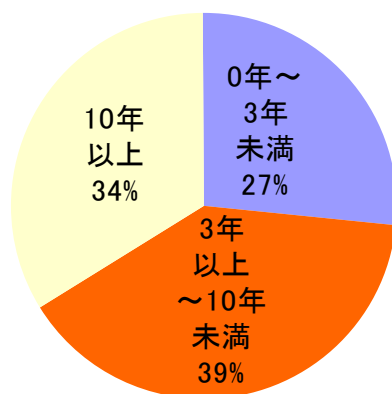
- 1 食品製造業が参入した営農類型は、「野菜(露地)」が最も多く、次いで「果樹」。営農類型を選択した理由は「販路がすでにあった」が最も多く、出荷先は「自社」が圧倒的に多いことから、本業商品に必要な農産物を生産し、自社で利用していることがわかる。
- 2 参入までの平均準備期間は約2年弱を要しており、取組内容は「農地取得・土壌改良」が特に多い。営農類型が「野菜(露地)」が多いこともあり、農地の土壌改良からはじめる必要があることがわかる。また、自社で加工することから農場の立地も重要である。
- 3 「販路は自社」、「加工原料となり得る」という条件の下参入しているため、参入目的は「本業商品の付加価値化・差別化」、「原材料の安定的な確保」が多い。本業商品の品質向上、安全・安心の確保のためなど、本業の利益向上を図る狙いがみえる。
- 4 参入時の課題は「農業技術の習得」、「農地の確保」が多い。「農業技術の習得」は、生産技術を持たないため参入時も現在も課題となっている。「農地の確保」については、相談相手や情報が少ないことから、農地を探す段階から課題として大きいものとなっているが、課題解決率は高く、準備期間に十分取り組むことで解決できる項目であることがわかる。
- 5 黒字を確保した先は約33%、黒字化までの期間は4.6年。参入により、生産・加工・販売までを一貫して行えることで、本業の取引会社や消費者へのイメージアップは有効であるものの、生産技術の課題が大きく、自社利用可能なレベルの農産物の生産が未熟であるため、売上増までは貢献できておらず、収益確保までに至っていないことが考えられる。

- ① 農業部門を自社の加工部門の原材料の生産として位置づけるケースが多い。
- ② このため、加工部門において農業に参入することで加工品の付加価値化やイメージアップにつながり、企業全体として利益が向上できれば良いと考えている参入企業が多い。農業部門が大幅な黒字でなくても農業参入することで企業全体としてメリットにつながればよいという考えが背景にあると考えられる。
- ③ しかし、食品製造業は場合によっては原材料を輸入品に頼るなど、これまで農産物の生産現場から離れていたケースもあり、「技術の習得」は大きな課題となっているほか、「農地の取得」も参入時に解決はされているが、他の業種と比べ課題になっている以上、農業参入をより成功させるためには、参入時により条件の良い農地の確保をするとともに、生産技術を早期に習得することがカギとなると考えられる。

1 集計対象先数

56先(全体の40%)

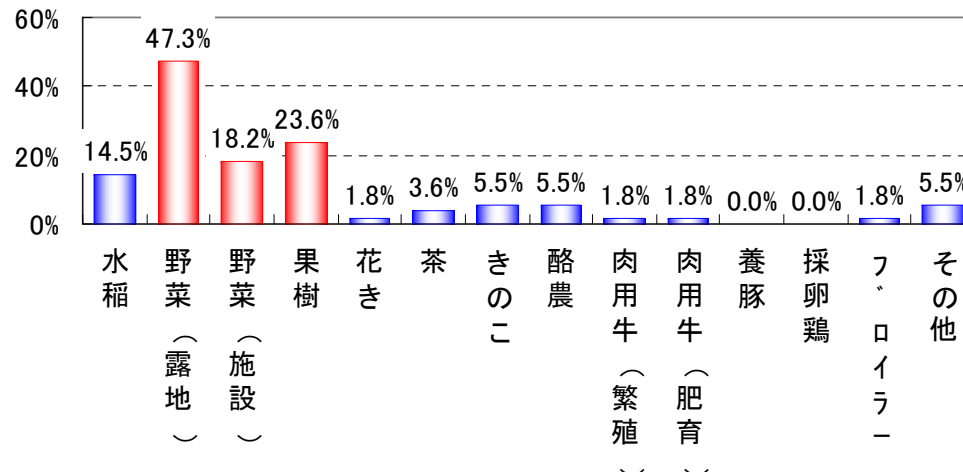
2 農業参入後の経過年数



n=56

計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
56	15(27%)	22(39%)	19(34%)

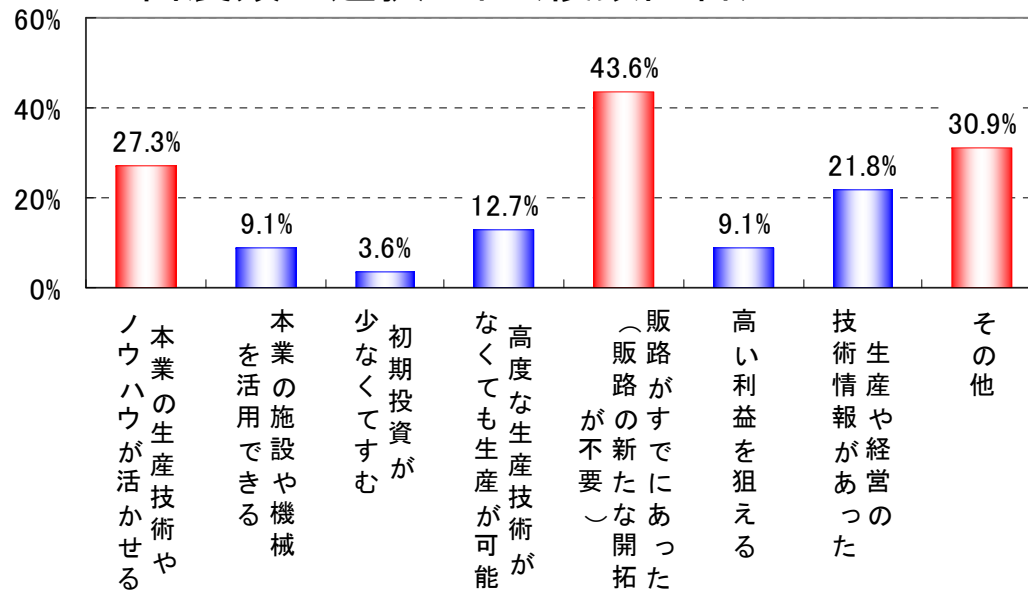
3 営農類型(複数回答) n=55



○営農類型では「野菜(露地)」が47.3%と最も多い。次いで、「果樹」、「野菜(施設)」、「水稻」と続く。その他の営農類型はごくわずか。

○果樹が多いのは、加工技術がある、もしくは加工品の原材料として用いるケースが多いため。

4 3の営農類型選択理由(複数回答) n=55



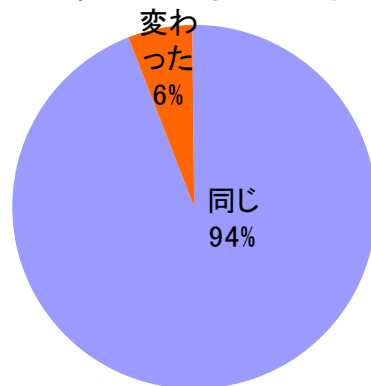
○「販路がすでにあった」が43.6%と最も多い。

○販路の開拓に取り組む必要がないことを選択理由にしており、初期投資を抑えることや高い利益を確保することは、理由としては劣後しているのが分かる。

○加工品の原材料にしていることが多いため、「その他」で原材料の安定供給、加工品の品質向上、安全・安心確保という理由を挙げる先が多い。

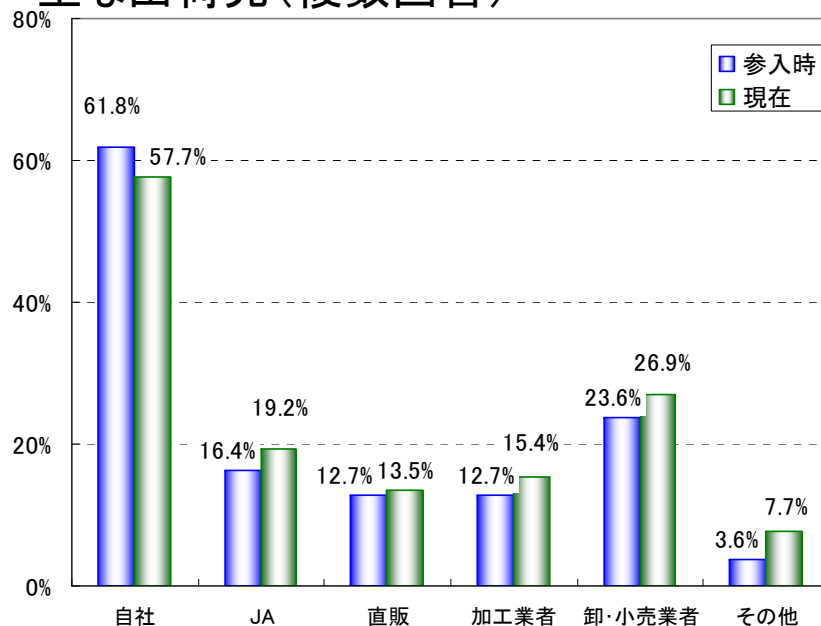
○また、原材料加工としての知識や技術を有しており、その理由等から「本業の生産技術やノウハウが活かせる」も約27%にのぼる。

5 参入場所の参入時と現在の変化 n=52



○参入場所は概ね変化なし。

6 主な出荷先(複数回答)



○出荷先は参入時及び現在ともに「自社」が圧倒的に多く、本業商品に必要な農産物を生産し、自社で利用していることがわかる。

○出荷先は、参入時から時間が経過すると、「卸・小売業者」や「加工業者」など複数の先に増加していることが考えられる。

参入時:n=55

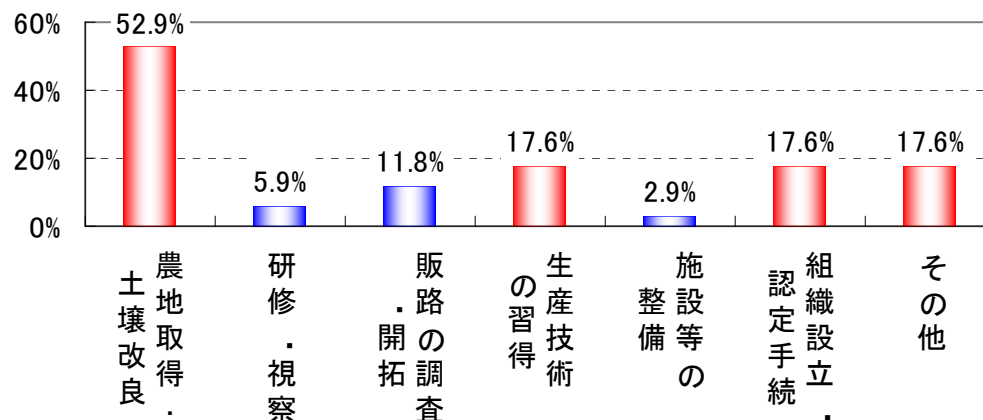
現在:n=52

現在=参入後平均131.6ヶ月

7 参入までの平均準備期間と取組内容(複数回答)

○ 平均準備期間:21.2ヶ月 (n=43)

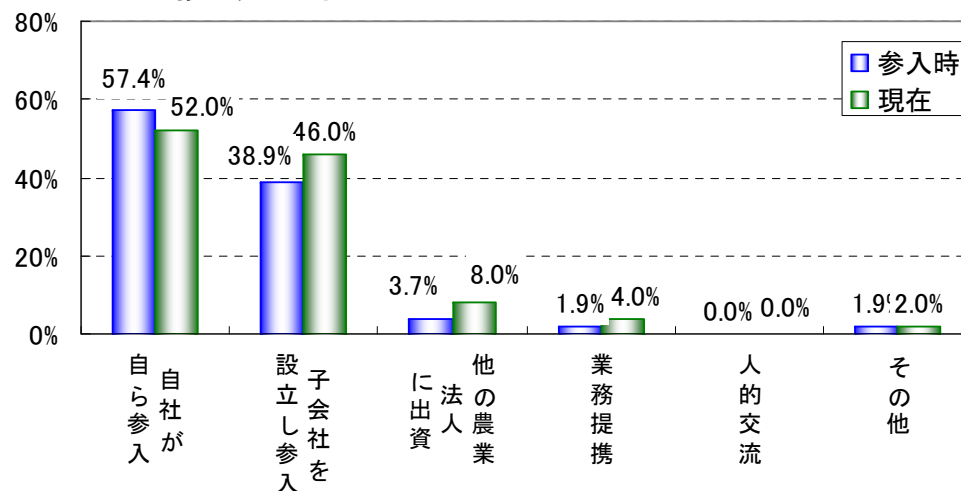
○ 準備期間の取組内容 (n=34)



○準備期間に平均1年9ヶ月(21.2ヶ月)を要し、主な取組み内容としては「農地取得・土壌改良」が52.9%と圧倒的に多い。

○営農類型で「野菜(露地)」が多いこと、本業と生産現場が密接でないことから、農地探し及び農地の条件を整えることから開始し、時間を要しているケースが多い。

8 参入形態(複数回答)



○「自社自ら参入」が最も多い。本業商品に必要な農産物を生産するために本業の一部門として参入している。

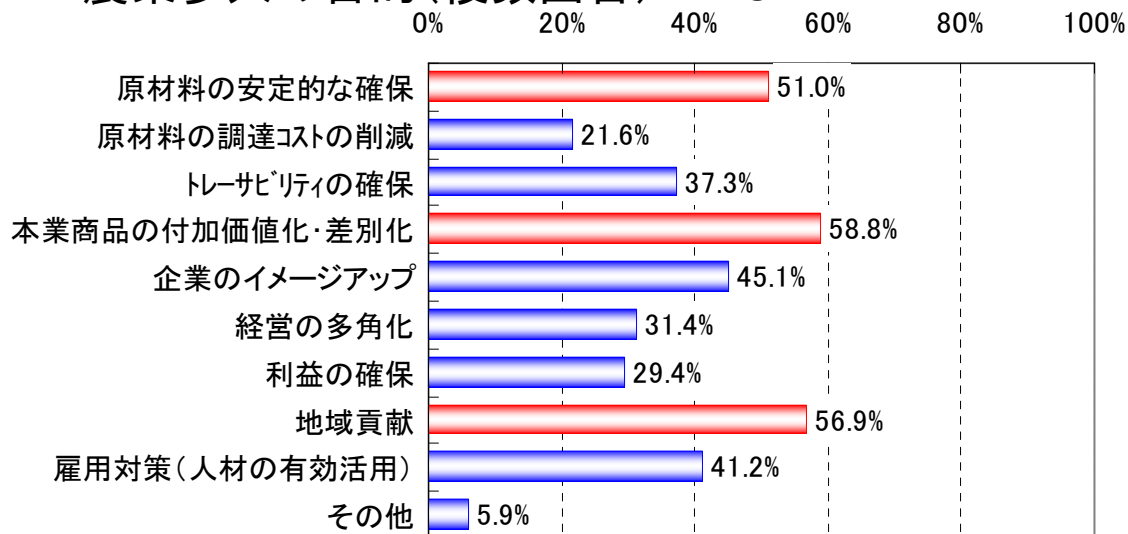
○「子会社を設立し参入」も次に多い。農業特区や法改正により参入が容易になったことや、経理を明確に分けるため、農地を取得するため等を理由に子会社を設立している。

参加時:n=54

現在:n=50

現在=参加後平均135.8ヶ月

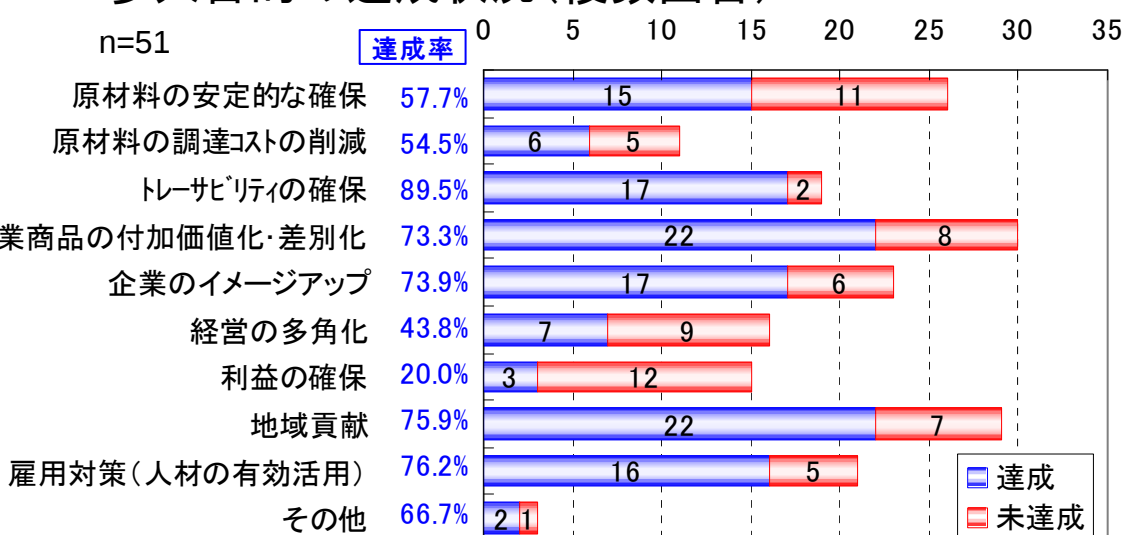
9 農業参入の目的(複数回答) n=51



○参入目的は「本業商品の付加価値化・差別化」が58.8%と最も多い。次いで「地域貢献」が56.9%、「原材料の安定的な確保」が51%と多い。

○「販路は自社」、「加工原料となり得る」という条件の下参入しているため、本業商品の付加価値化、品質向上、安心・安全確保のためなど、こだわりを通して本業の利益向上を図るねらいがみえる。また、生産・加工・販売を一貫して行えることで、顧客への説明責任を果たし、より利益の高い価格を設定することができる。

10 参入目的の達成状況(複数回答)

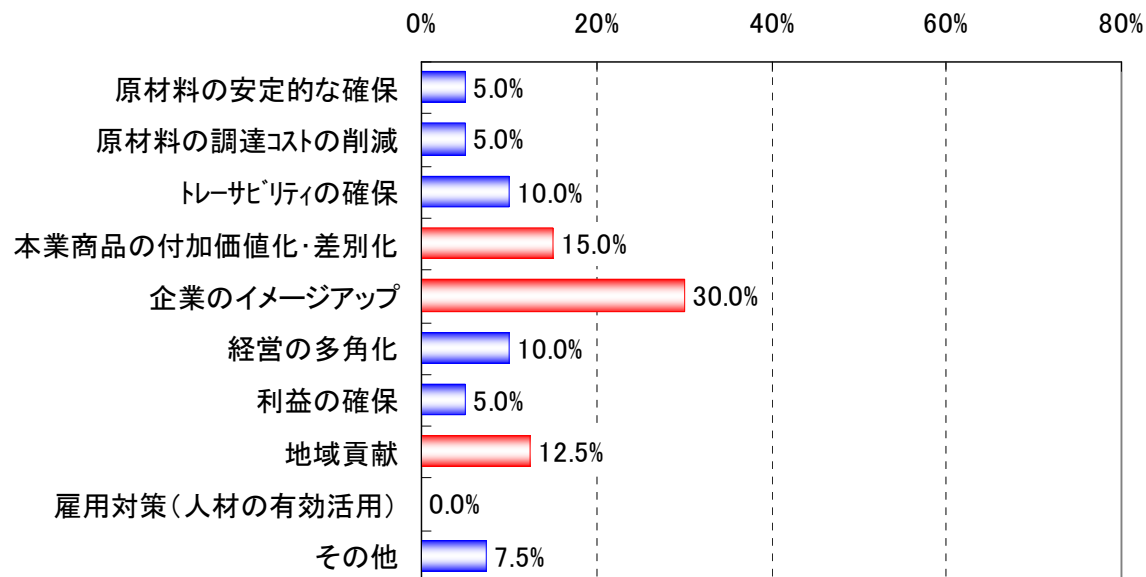


○目的の達成率が最も高いのは、「トレーサビリティの確保」で89.5%。

○参入目的で最も多かった「本業商品の付加価値化・差別化」は73.3%と高い達成率。しかし、「原材料の調達コストの削減」は約55%に留まり、コスト削減には至っていない。

○一方、最も達成率が低いのは「利益の確保」で20%に留まる。

11 目的としていなかったが得られた効果（複数回答） n=27

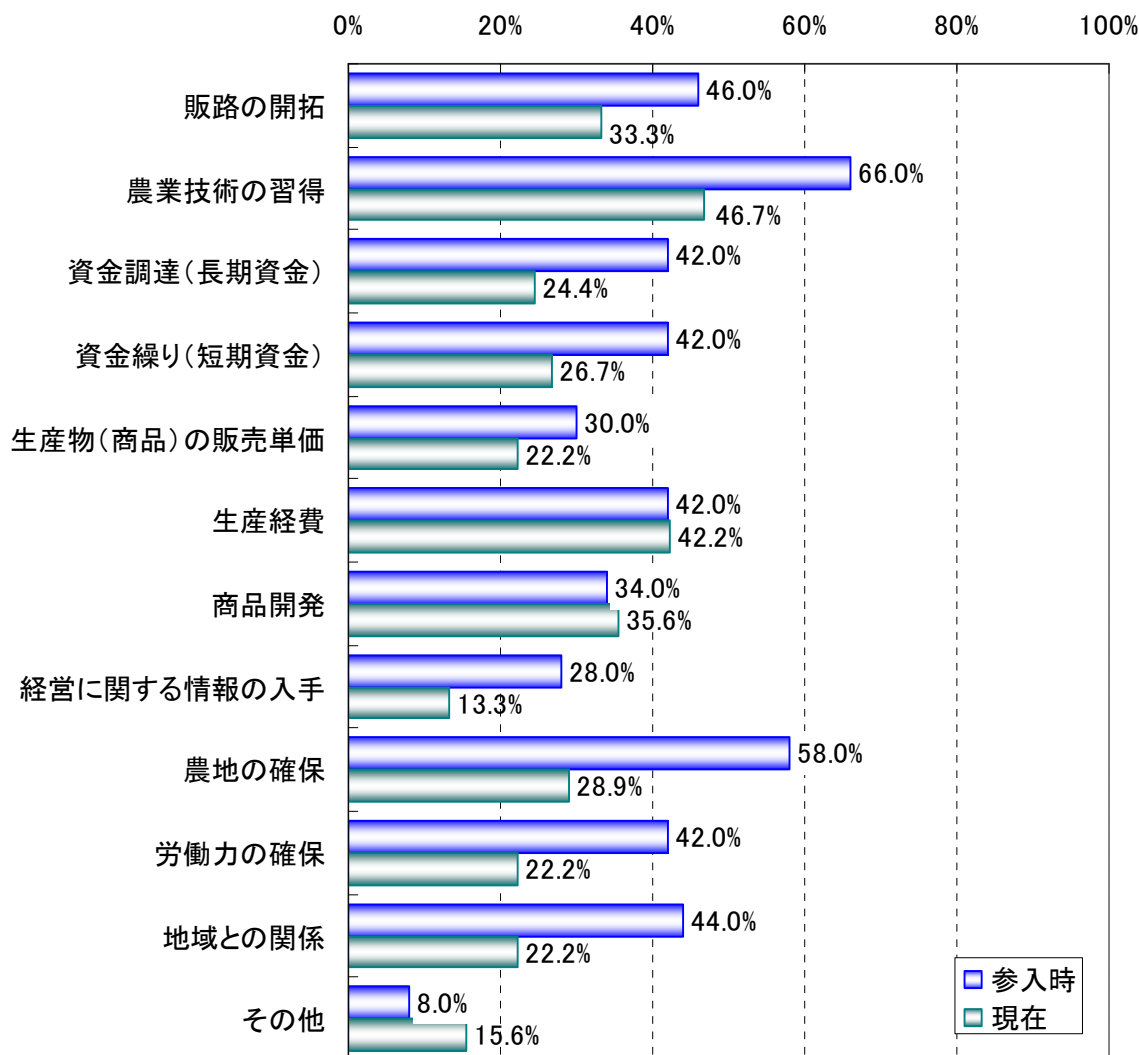


○「企業のイメージアップ」を挙げた先が30%と最も多い。

○また、「本業商品の付加価値化・差別化」や「地域貢献」についても、15%または13%の先が得られた効果と回答。

○その他、事例として自社産原料による商品製造に対して周囲から予想以上の評価を受けたり、農業体験による社員の自社商品への愛着アップなどの効果も出ている先もある。また、生産からこだわってオリジナル商品を開発することで付加価値がアップし、新規販路開拓につながる効果を得た先もある。

12 農業部門の課題(複数回答)



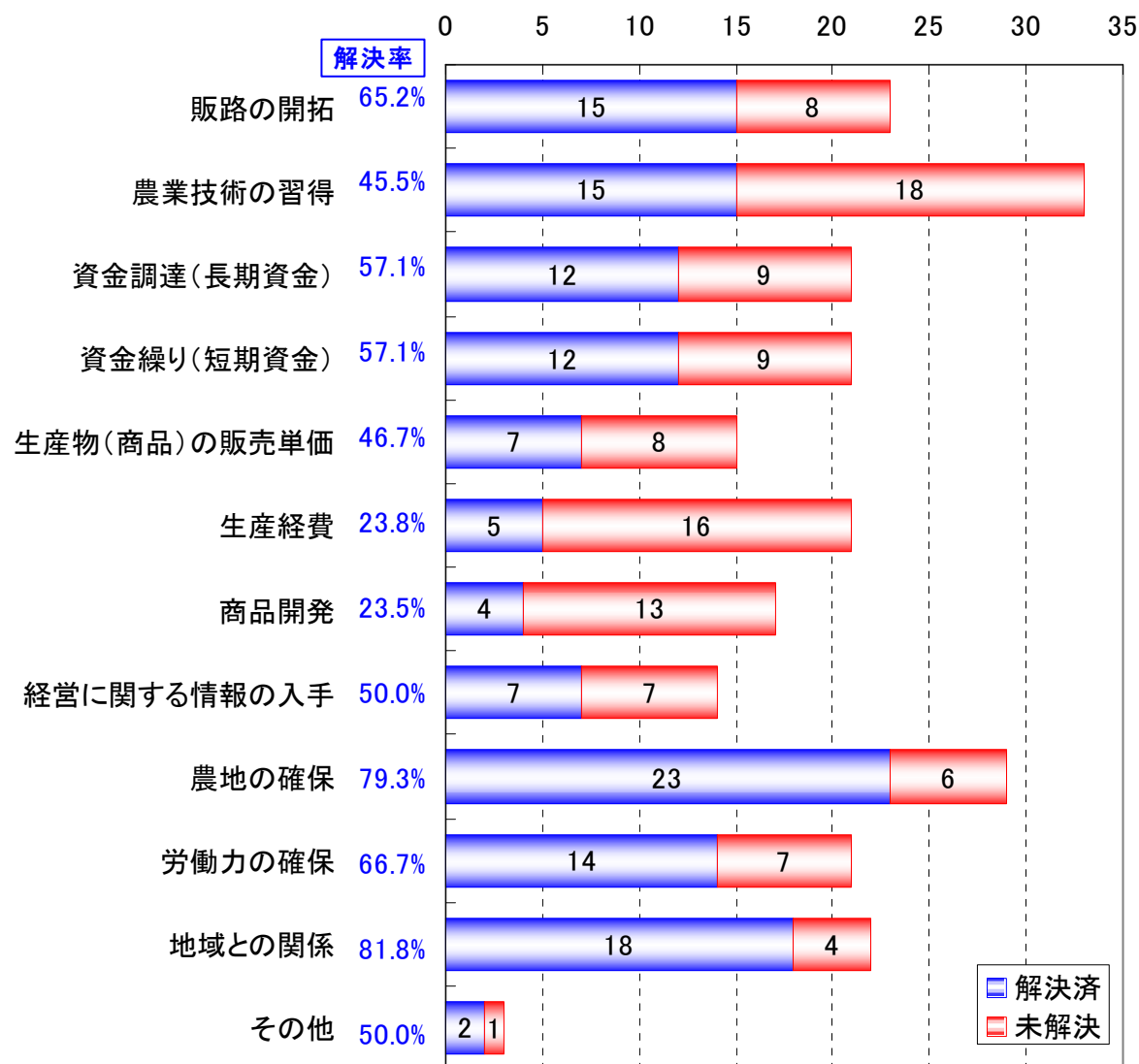
○参入時の課題は「農業技術の習得」が66%、「農地の確保」が58%と高い。

○収量や品質が不安定など、参入後9年8ヶ月(116ヶ月)経過しても、46.7%の先が課題として「農業技術の習得」を挙げており、この課題については長期間解決が図られていないことが分かる。また同様に、「生産経費」も課題として継続している。「生産経費」で特に人件費の負担が大きいとの意見が多い。

○本業と農産物の生産現場が参入まで密接でないため、耕作放棄地や効率の悪い農地しか手に入らず、条件の良い農地探しに難航し課題となったという事例もある。

参入時:n=50
現在:n=45
現在=参入後平均116.0ヶ月

13 農業部門の課題／参入時の課題の解決状況(複数回答) n=50



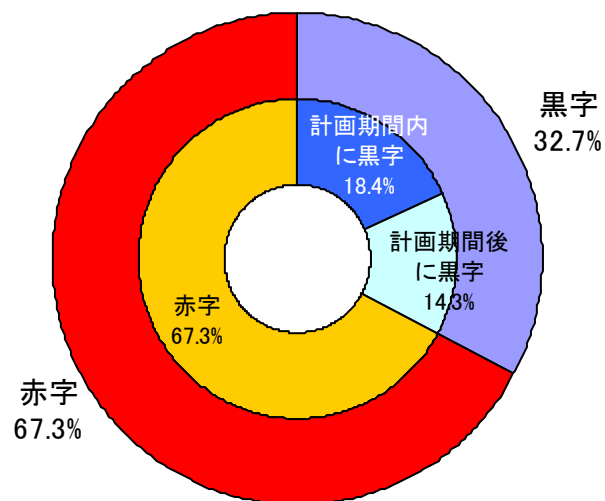
○参入時の課題のうち最も多かった「農業技術の習得」の解決は約46%に留まり、半数以上が未解決のまま事業を開始していることが分かる。

○また、「生産経費」の解決率は約24%に留まる。

○「農地の確保」は参入時の課題として多くの先が挙げているが、高い解決率となっている。準備期間に十分取り組むことで解決できる事項といえる。

○食品製造業では加工場などから離れた場所に農業参入する場合があります、そのようなケースでは参入地との関係はゼロから構築する必要があるが、このため「地域との関係」は参入地の行事に参加するなどにより解決が図られている事例もある。

14 黒字化までの期間 n=49



○黒字を確保した先は約33%。黒字化しているうちでも、計画期間内に黒字と期間後に黒字とはほぼ半々。

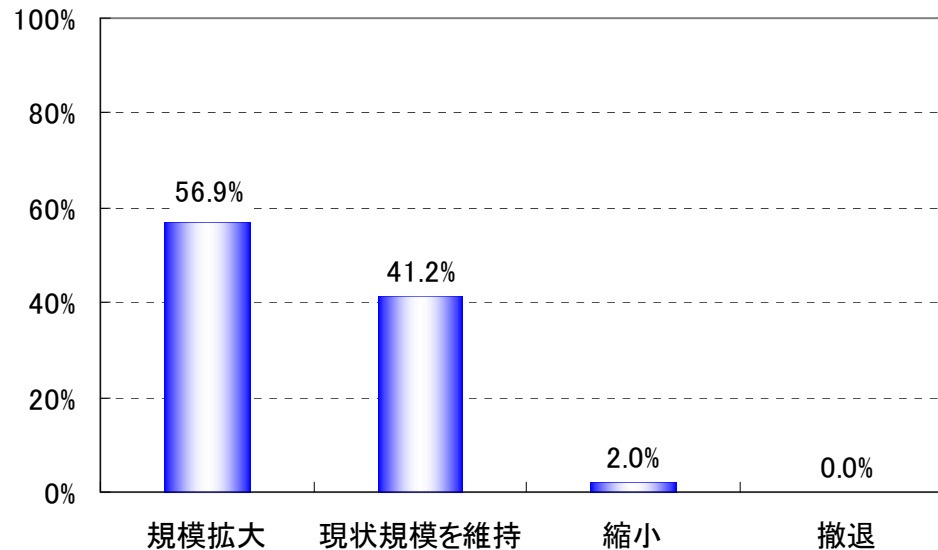
○また、黒字化までの見込期間4.2年に対し、実際に黒字化までには4.6年を要しており、想定以上に時間を要している。

○参入により本業の取引会社や消費者へのイメージアップは有効であるものの、農業部門における利益確保までは、多くの先で至っていない。

15 黒字化までの期間等 n=127

		参入後経過期間
当初の黒字化見込期間 (n=41)	4.2カ年	116.6ヶ月
黒字化まで要した期間 (n=16)	4.6カ年	195.4ヶ月

16 今後の農業部門の経営方針 n=28



○今後の方針として約60%が「規模拡大」。40%を超える先が「現状規模を維持」と回答。

○現状維持の理由については、既に多額の投資済みであり、まずは人件費を賄えるだけの収益確保が必要と考えている先もある。

- 1 食品卸売業が参入した営農類型は、「野菜（露地）」が最も多く、次いで「野菜（施設）」。
営農類型を選択した理由は「販路がすでにあった」が最も多く、出荷先は「自社」が圧倒的に多い。自社で取扱っている農産物を自ら生産し、自社で流通していることがわかる。
- 2 参入までの平均準備期間は約1年半を要しており、取組内容は「施設等の整備」、「農地取得・土壌改良」が多い。
- 3 「販路は自社」という条件の下参入しているため、参入目的は「原材料の安定的な確保」、「本業商品の付加価値化・差別化」が多い。また、「企業のイメージアップ」や「トレーサビリティの確保」という企業全体としての相乗効果が出ている。
- 4 参入時の課題は「農業技術の習得」、「販売単価」が多く、課題解決率も低い。加工せず生産物をそのまま販売するため、「農業技術の習得」は特に重要であると考えられる。また、市場に流通させるため、付加価値をつけても市場価格に左右される面から「販売単価」が課題となっていることがわかる。
- 5 黒字を確保した先は約59%、黒字化までの期間は6.7年。

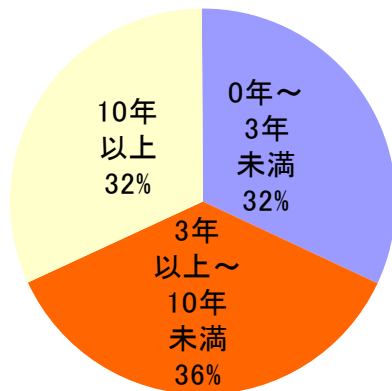
- ① 卸売業は自社で販売(流通)ルートを持っていることから、課題として「販路の開拓」よりも「生産技術の習得」を挙げる先が多い。
- ② しかし、加工をせず、生産物をそのまま青果として出荷するケースが多いことから、販売単価は市場の単価に大きく左右される。
- ③ また、品質も自社で加工品の原材料として使用する食品製造業よりも高いレベルが求められるため、「生産技術」は重要になる。
- ④ なお、農業に参入したことで、単に農産物を流通させるだけではなくて、取引業者からの信頼向上や加工業者との取引も始まるなど、相乗効果も生まれている。

以上のことから、販路は有しているケースは多いものの、市場に求められる品質の生産技術が重要になるとともに、価格は市場に左右されることに注意を要する。

1 集計対象先数

22先(全体の16%)

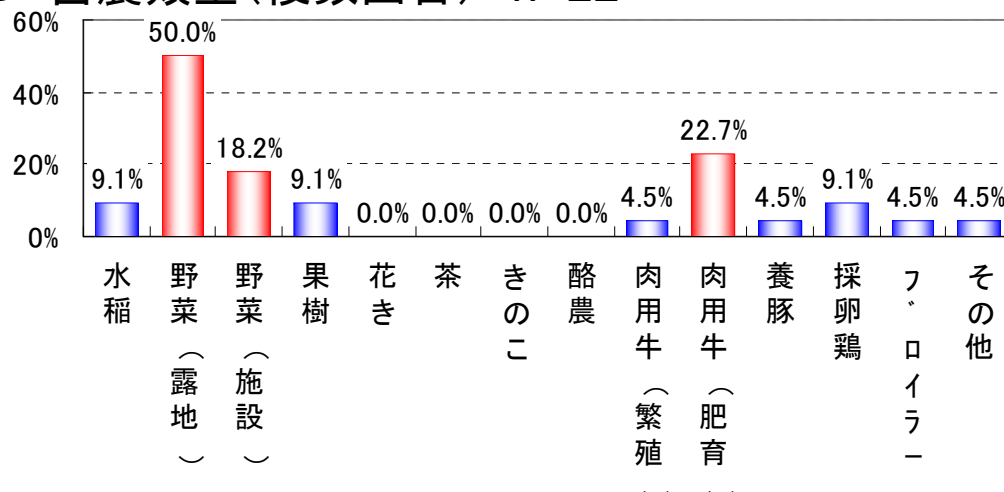
2 農業参入後の経過年数



n=22

計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
22	7(32%)	8(36%)	7(32%)

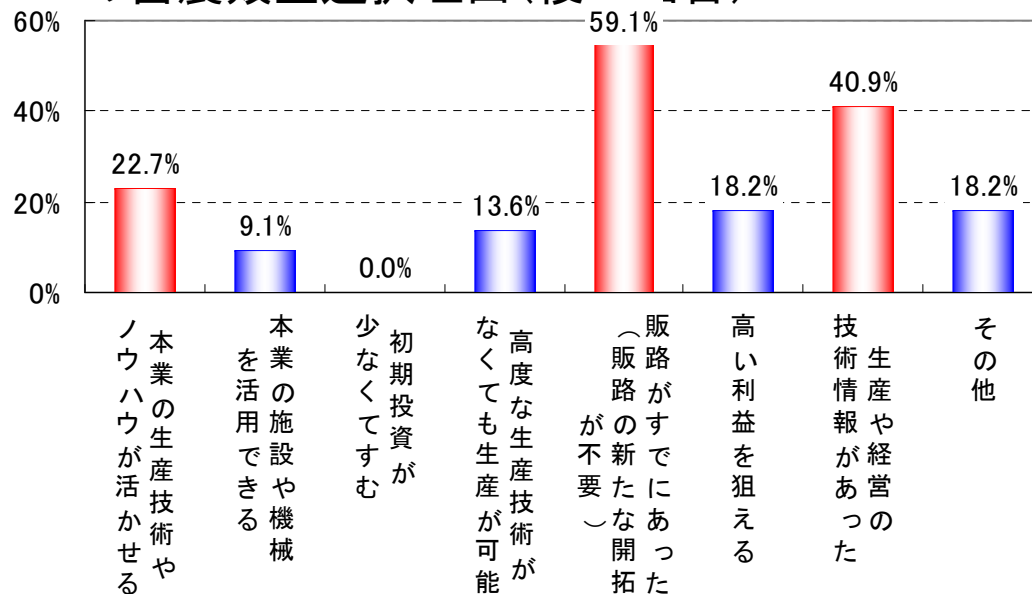
3 営農類型(複数回答) n=22



○営農類型では「野菜(露地)」が50%と圧倒的に多い。

○また食肉の卸業者が「肉用牛(肥育)」に参入している事例がある。

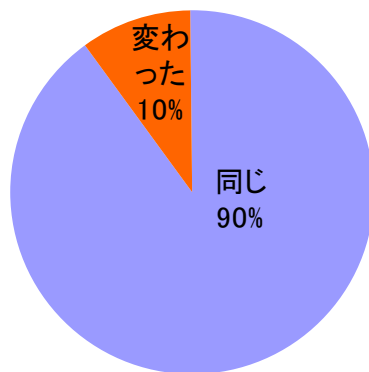
4 3の営農類型選択理由(複数回答) n=22



○「販路が既にあった」が約60%と最も多い。次いで「生産や経営の技術情報があった」が約41%となっている。

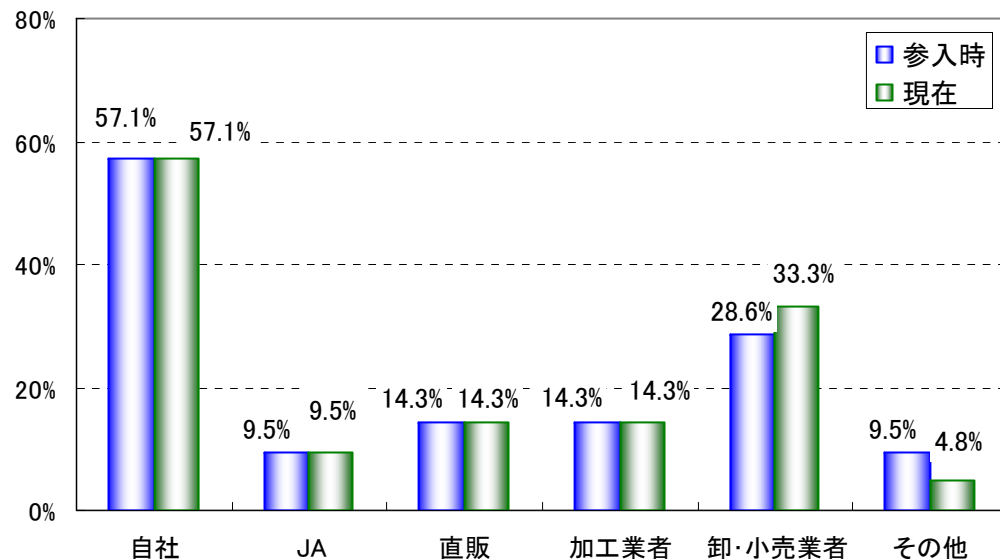
○本業の持つ流通ルートを活用できる、また卸業の中で地域の生産者との関係も深く、生産や経営の技術情報を入手しやすいという背景がある。

5 参入場所の参入時と現在の変化 n=20



○参入場所は概ね変化なし。

6 主な出荷先(複数回答)



○出荷先は「自社」が最も多い。

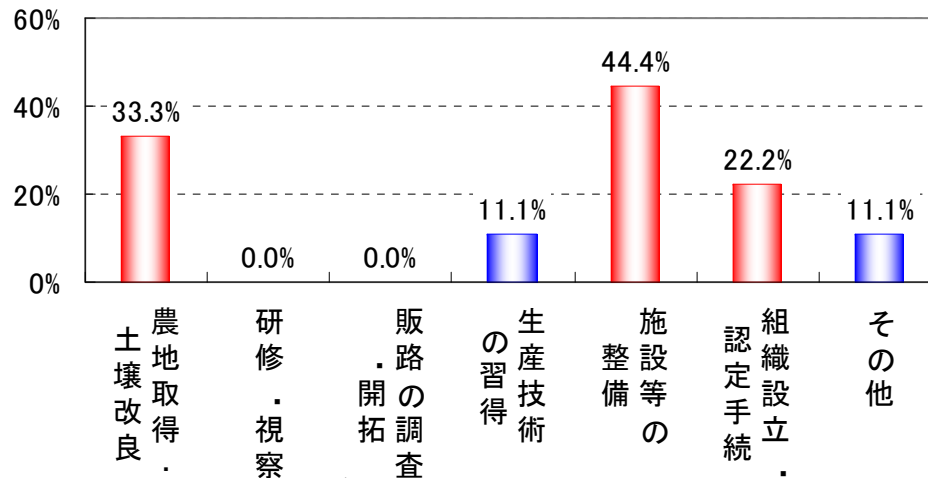
○これは、自社で扱う流通の中で販売することが出来るためという理由による。

参入時:n=21
現在:n=21
現在=参入後平均17.7ヶ月

7 参入までの平均準備期間と取組内容(複数回答)

○ 平均準備期間:17.7ヶ月 (n=9)

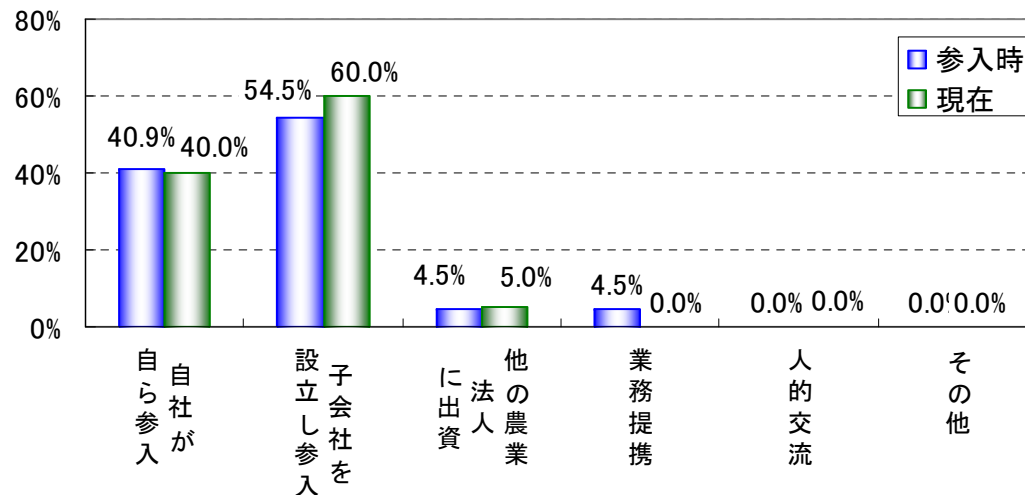
○ 準備期間の取組内容 (n=9)



○準備期間は平均約1年半(17.7ヶ月)。取組み内容は「施設等の整備」が約44%と最も多く、「農地取得・土壌改良」が約33%と続く。

○「施設等の整備」では、具体的には、農業用機械の購入や養液栽培施設の建設、水稻の乾燥施設の設置などがある。

8 参入形態(複数回答)



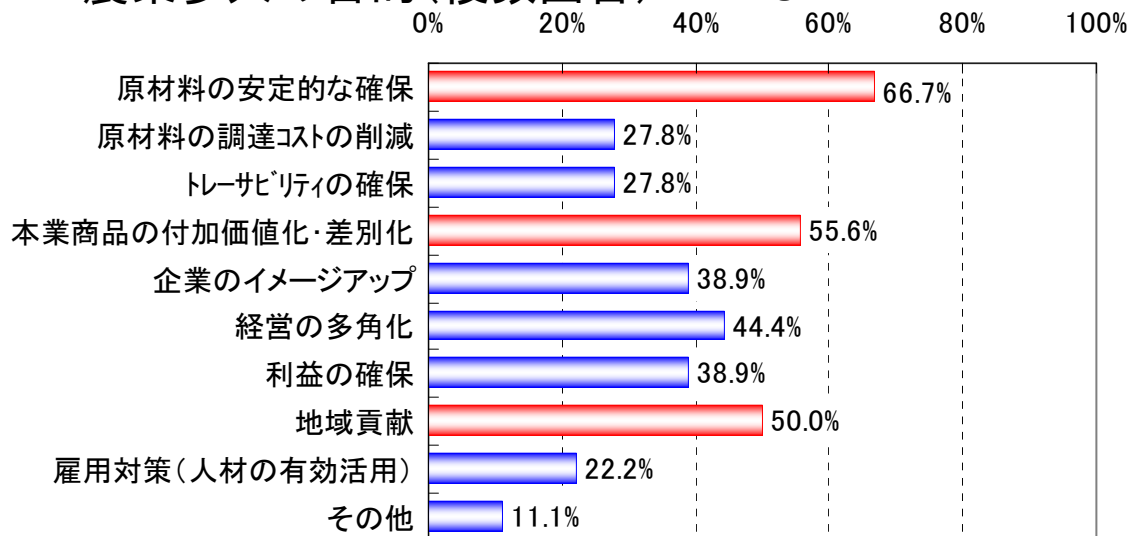
○自社自らが参入するのではなく「子会社を設立し参入」が最も多い。これは、農地を取得(所有)するためという事例がある。

参加時:n=22

現在:n=20

現在=参加後平均141.6ヶ月

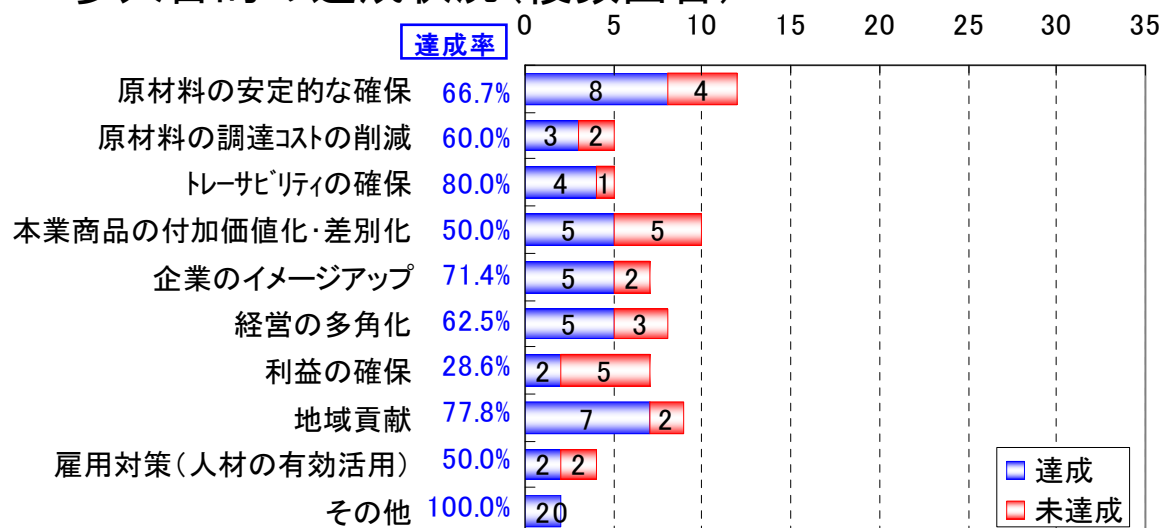
9 農業参入の目的(複数回答) n=18



○参入目的は「原材料の安定的な確保」が66.7%と最も多い。続いて、「本業商品の付加価値化・差別化」55.6%、「地域貢献」50%と続く。

○卸売業は取引先との関係においてよりよい品質の商品を安定的に供給することが求められており、これを実現するために参入しているケースが多い。また少しでも有利に販売できるよう付加価値化・差別化も上位に入っている。

10 参入目的の達成状況(複数回答)

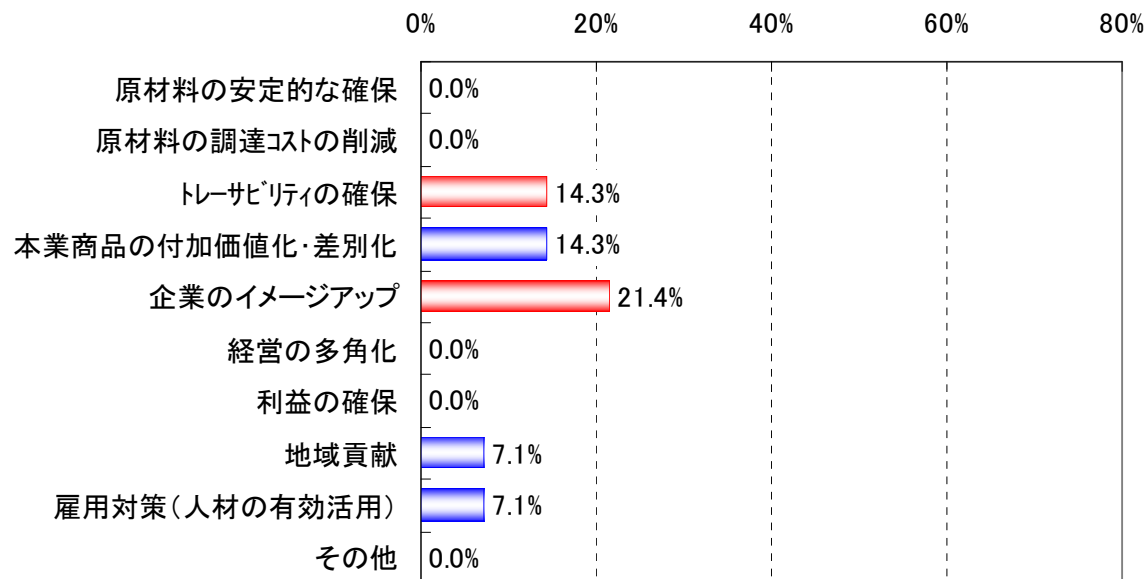


○参入目的で最も多い「原材料の安定的な確保」は約70%と高い達成率。

○また、目的として多くの先が挙げていないものの、「トレーサビリティの確保」、「企業のイメージアップ」はそれぞれ80%、71%と高い達成率となっている。

○一方で、「利益の確保」の達成率は29%と低い。

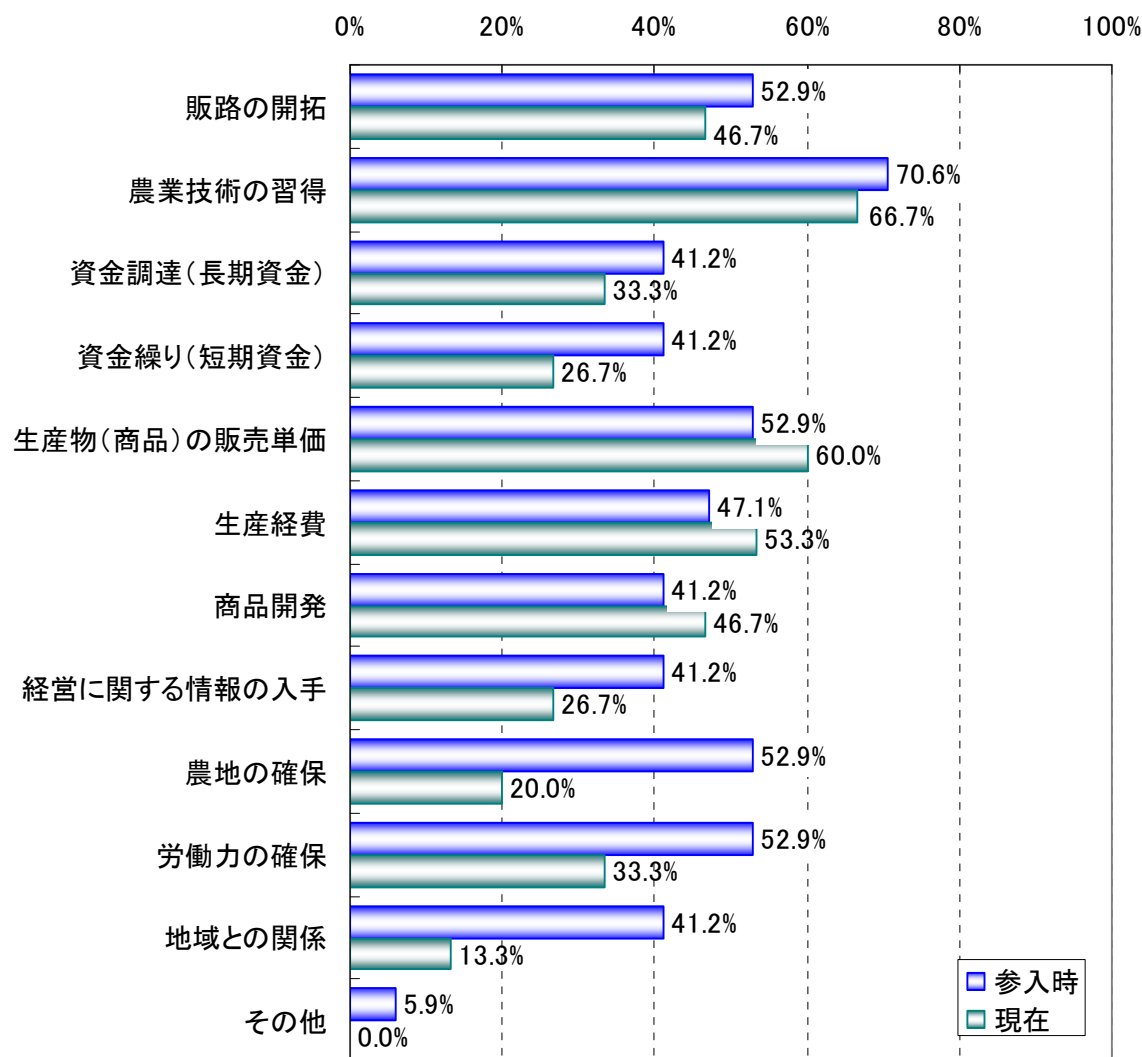
11 目的としていなかったが得られた効果（複数回答） n=7



○目的の他に得られた効果として、「企業のイメージアップ」21%、「トレーサビリティの確保」14%となっている。

○卸売業が参入して得られる効果として、「企業のイメージアップ」を最も多くの先が挙げているが、消費者の安全・安心ニーズが高いなかにおいて「トレーサビリティの確保」も多く効果として得られており、卸売業としての強みになると考えられる。

12 農業部門の課題(複数回答)



○参入時と現在においても最も多くの先が挙げている課題は「農業技術の習得」であり、容易には解決できない課題であることが浮き彫りになった。

○また、生産物を加工せず出荷し、市場価格の影響を直接受ける業種だけに「生産物の販売単価」も参入時53%、現在では60%と農産物価格の下落の影響を課題として抱えていることが考えられる。

○さらに「生産経費」も参入時よりも現在の方が課題として挙げる先が多い。

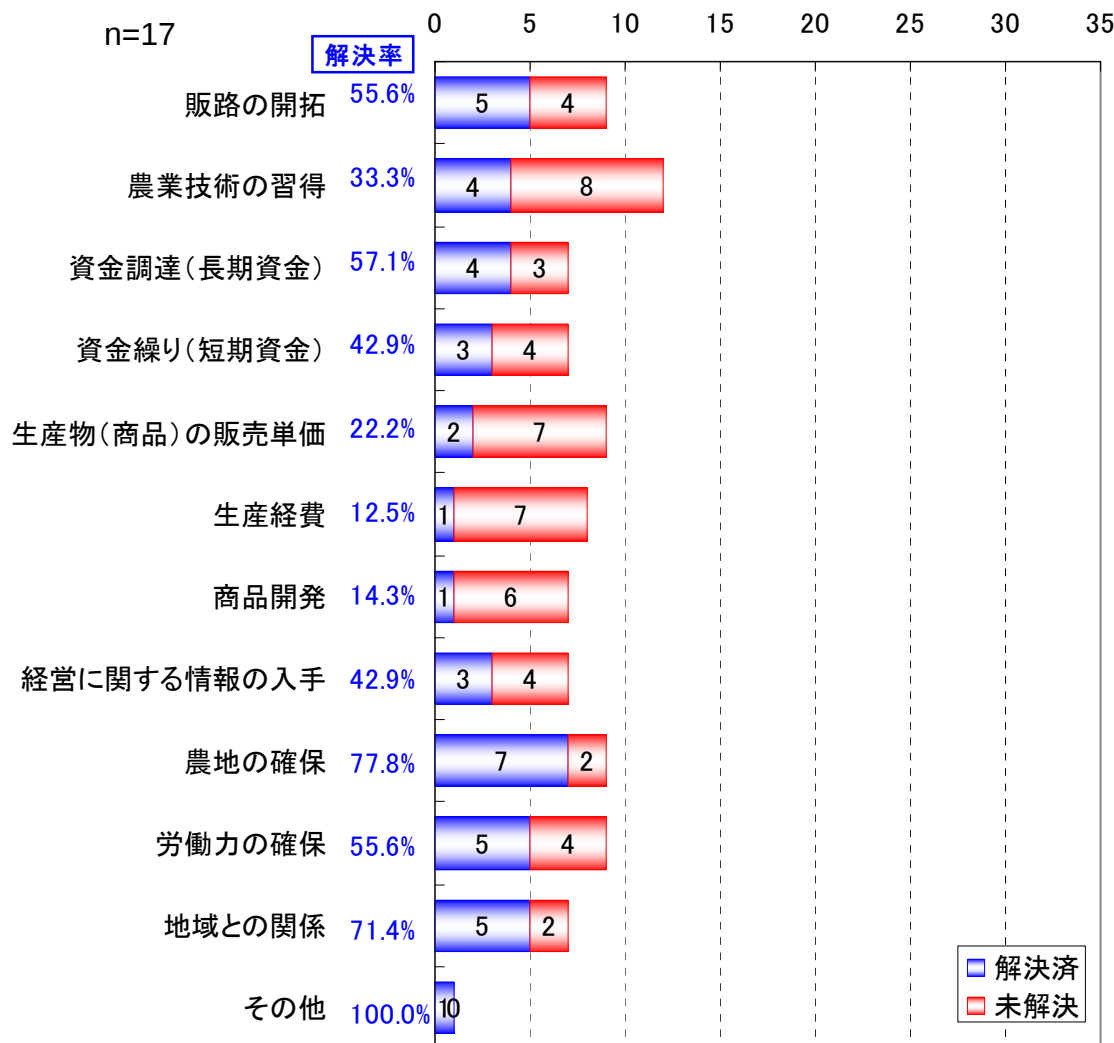
○これら販売単価と経費の課題は調査先の参入後期間が10年超と長く、その間に販売単価の下落と肥料等の経費の上昇の影響等が反映されていると考えられる。

参入時:n=17

現在:n=15

現在=参入後平均132.7ヶ月

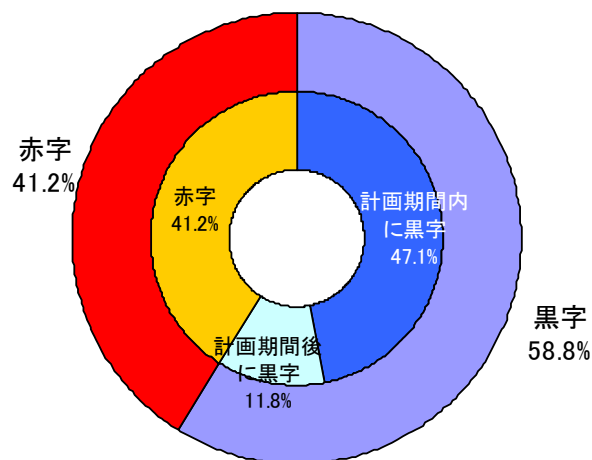
13 農業部門の課題／参入時の課題の解決状況(複数回答)



○参入時の課題のうち最も多かった「農業技術の習得」の参入時の解決率は33%にとどまり、多くの先が未解決のまま事業開始に至っている。

○また次に多く挙げられた「生産物の販売単価」は22%の先しか解決されていない。これは市場流通のため価格決定権がないことなどの理由が考えられる。

14 黒字化までの期間 n=49



○黒字を確保した先は58.8%と、他の業種と比べ高い。

○また、計画期間内に黒字を確保した先が全体の47.1%と高い。

○黒字化見込期間は3.9年であるが、実際に黒字化まで要した期間は6.7年。

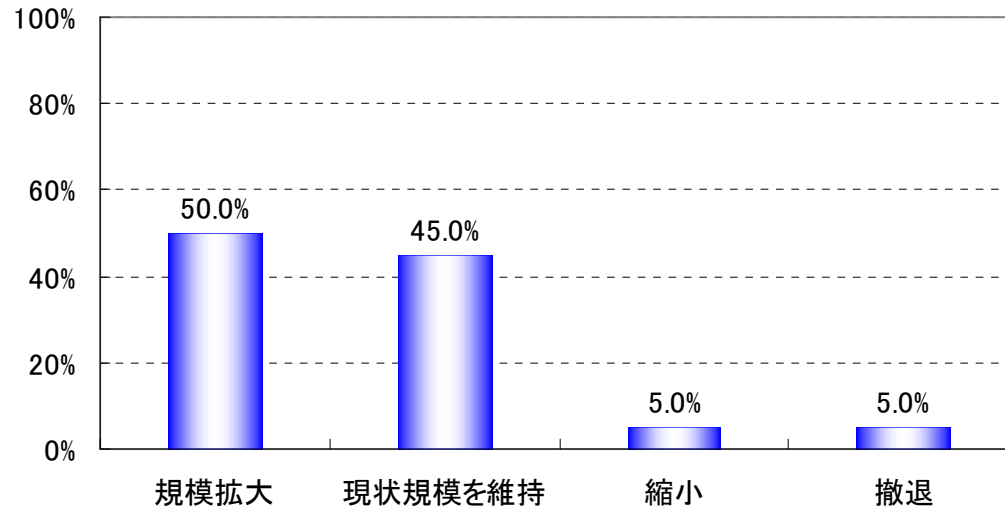
○これらの理由として、回答者が参入経過後11年8ヶ月(140.7ヶ月)と比較的長い先であるということが考えられる。

○しかし、黒字を達成した先でも、機械や肥料代などの初期投資までを回収できるに至っていないケースもある。

15 黒字化までの期間等

		参入後経過期間
当初の黒字化見込期間(n=14)	3.9カ年	111.6ヶ月
黒字化まで要した期間(n=10)	6.7カ年	147.7ヶ月

16 今後の農業部門の経営方針 n=20



○今後の方針として、50%が「規模拡大」、45%が「現状規模を維持」と回答。

○一方で、「縮小」や「撤退」と回答する先は他業種と比べて多い。

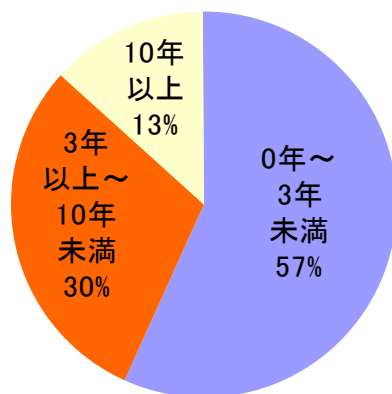
- 1 「その他業種」が参入した営農類型は、「野菜(施設)」、「野菜(露地)」が多く、「野菜」に取り組む傾向。営農類型を選択した理由として「販路がすでにあった」が最も多い。本業の取引先が農家であるなど農業が身近な業種であることや、本業の工場における工程管理の意識を活かせるなど、「生産や経営の技術情報があつた」、「本業の生産技術やノウハウを活かせる」といった強みも大きい。
- 2 参入までの平均準備期間は約1年半を要しており、取組内容は「農地取得・土壌改良」や「研修・視察」が多い。
- 3 参入目的は「地域貢献」が最も多く、続いて「経営の多角化」、「本業商品の付加価値化・差別化」が挙げられる。目的外の効果として「企業のイメージアップ」が圧倒的に多い。
- 4 参入時の課題は「農業技術の習得」、「販路の開拓」が多く、またその課題解決率も低いことから、参入後の現在の課題としても多く挙げられている。なお、現在の課題で最も多いのは「生産経費」である。
- 5 黒字を確保した先は約14%に留まる。

- ① 「その他業種」は、本業で培った生産技術や管理ノウハウなどを農業に活かすことが出来るのが特徴。
- ② しかし、「農業生産技術」自体は有しておらず、この課題の参入時の解決先も32%に留まっており、参入後も大きな課題であるので、これをいかに解決するかが重要になってくる。
- ③ また、「販路」を有していないケースもあり、これを確実に確保できるかということも「技術の習得」に次いで重要と考えられる。
- ④ さらに「生産経費」は参入時よりも参入後において課題としてあげる先は多く、その内容も「人件費」が重荷となっているとの声があるので、黒字化し資金繰りが安定化するまでの間の資金調達も十分に対応しておく必要があると考えられる。

1 集計対象先数

30先(全体の22%)

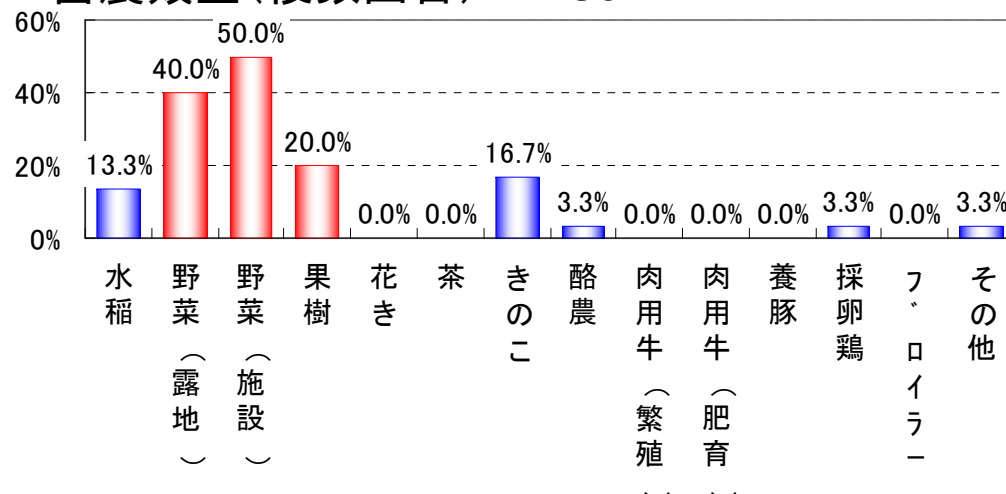
2 農業参入後の経過年数



n=30

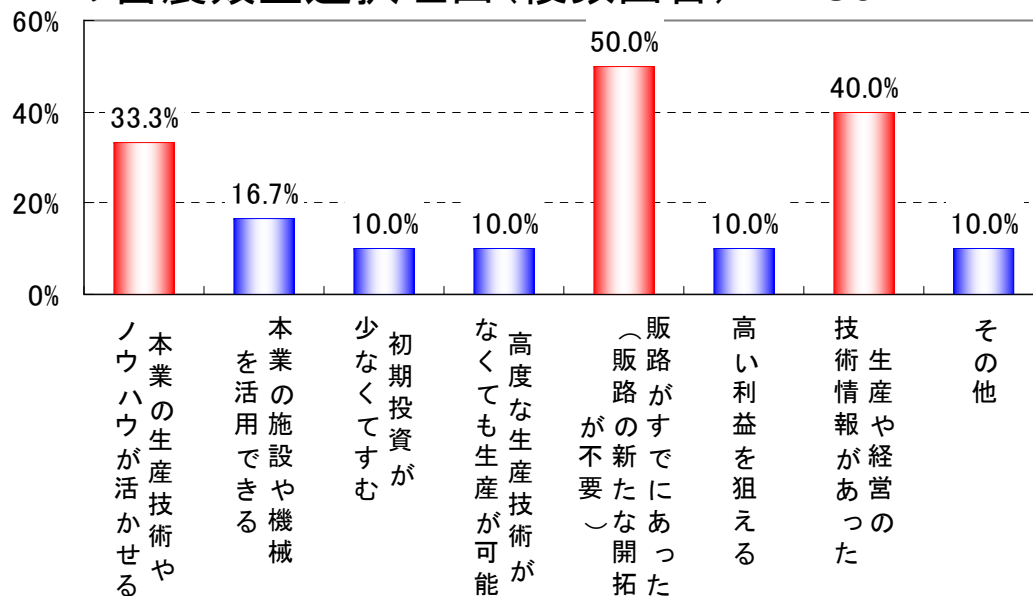
計	0年～3年未満	3年以上～10年未満	10年以上
30	17(57%)	9(30%)	4(13%)

3 営農類型(複数回答) n=30



○営農類型では「野菜(施設)」が50%と最も多い。次いで「野菜(露地)」40%、「果樹」20%と続く。

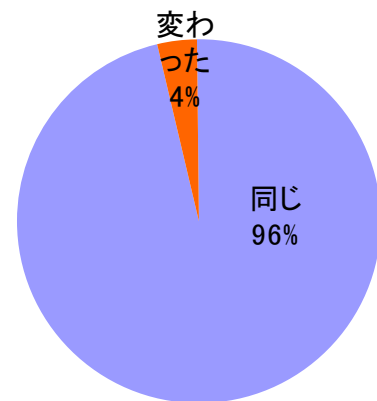
4 3の営農類型選択理由(複数回答) n=30



○「販路が既にあった」が50%と最も多い。これは関連会社において農産物を扱っている場合があるためと考えられる。

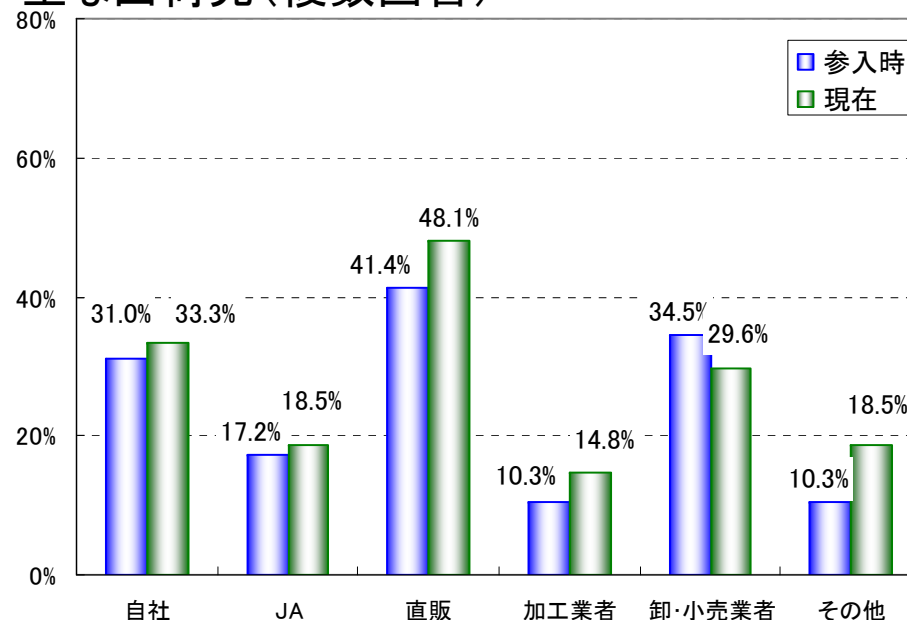
○また他業種と比べ、本業における製造業等の生産管理の技術やノウハウを有していることから、PDCAサイクルの意識を活かせるなど、「本業の生産技術やノウハウが活かせる」が33%と多い。

5 参入場所の参入時と現在の変化 n=20



○参入場所は概ね変化なし。

6 主な出荷先(複数回答)



○出荷先は「直販」が最も多い。特に「直販」は参入時よりも現在の方がその割合は増加しており、「卸・小売業者」から少しでも有利に販売できる「直販」に変更しているケースもある。

参入時:n=29

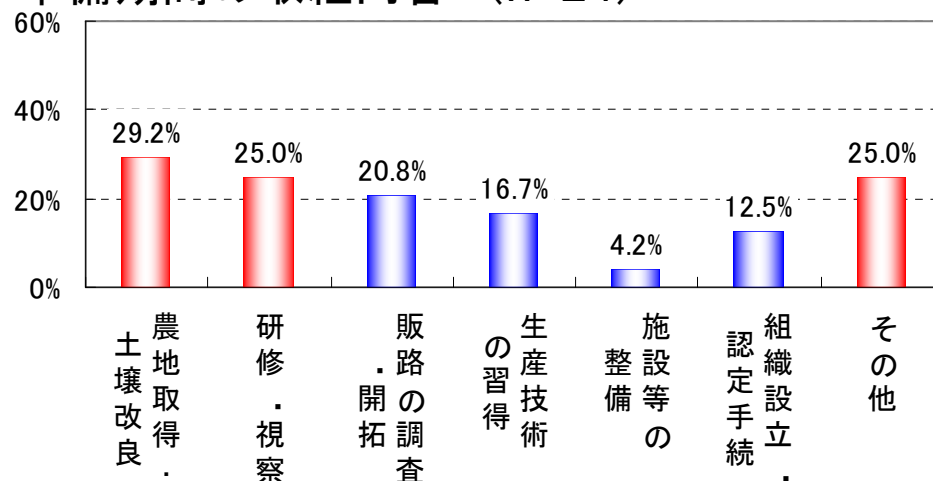
現在:n=27

現在=参入後平均57.4ヶ月

7 参入までの平均準備期間と取組内容(複数回答)

○ 平均準備期間:19.5ヶ月 (n=24)

○ 準備期間の取組内容 (n=24)

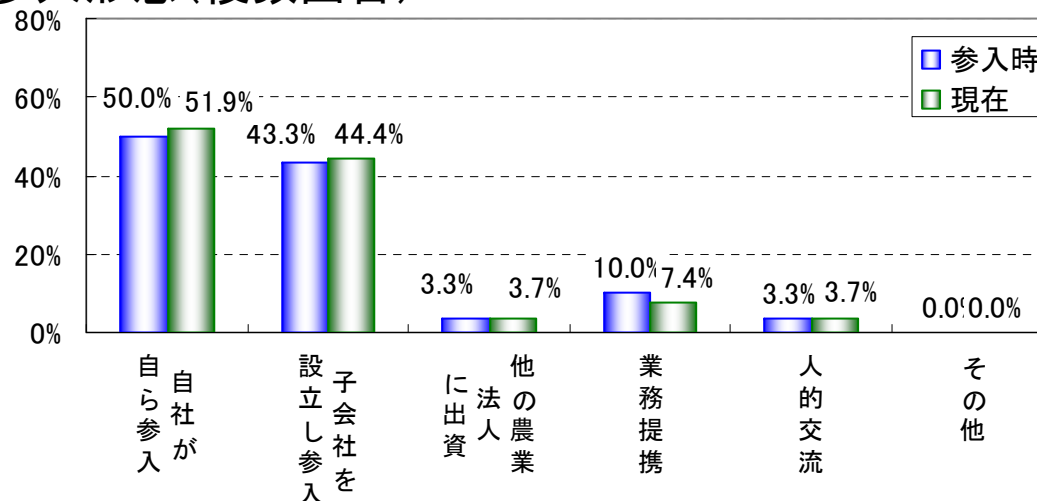


○準備期間は平均約1年半(19.5ヶ月)。取り組み内容は「農地取得・土壌改良」が最も多い。

○続いて他の業種では低い「研修・視察」が多い。

○「その他」では「雇用の確保」に取り組む例が複数ある。

8 参入形態(複数回答)



○「自社自ら参入」が最も多く、次いで「子会社を設立し参入」が多い。

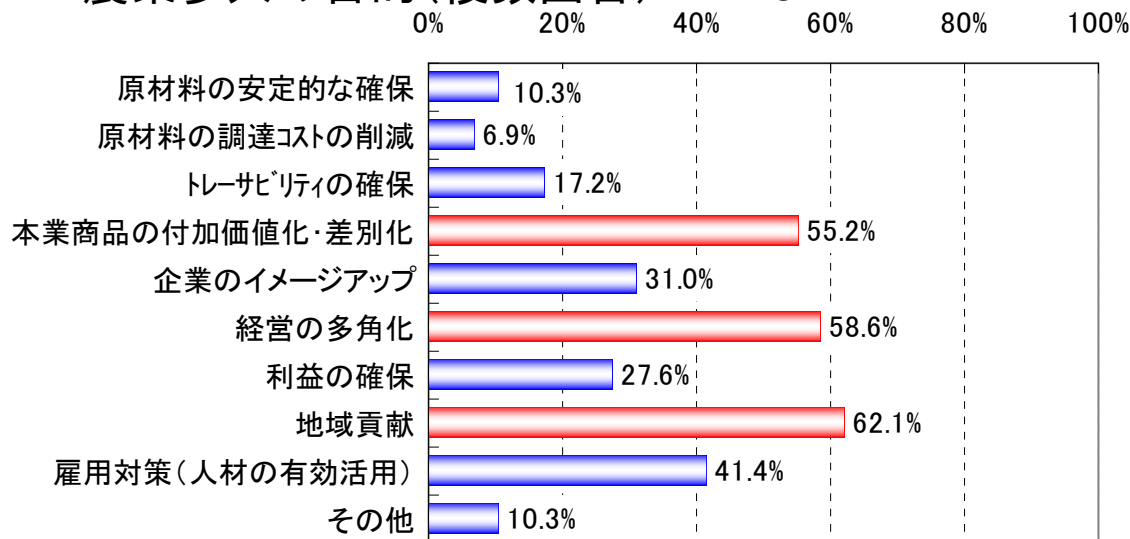
○子会社を設立する理由として、「補助金を受けるため」や「農地取得(所有)のため」ということを挙げる例がある。

参入時:n=30

現在:n=27

現在=参入後平均57.6ヶ月

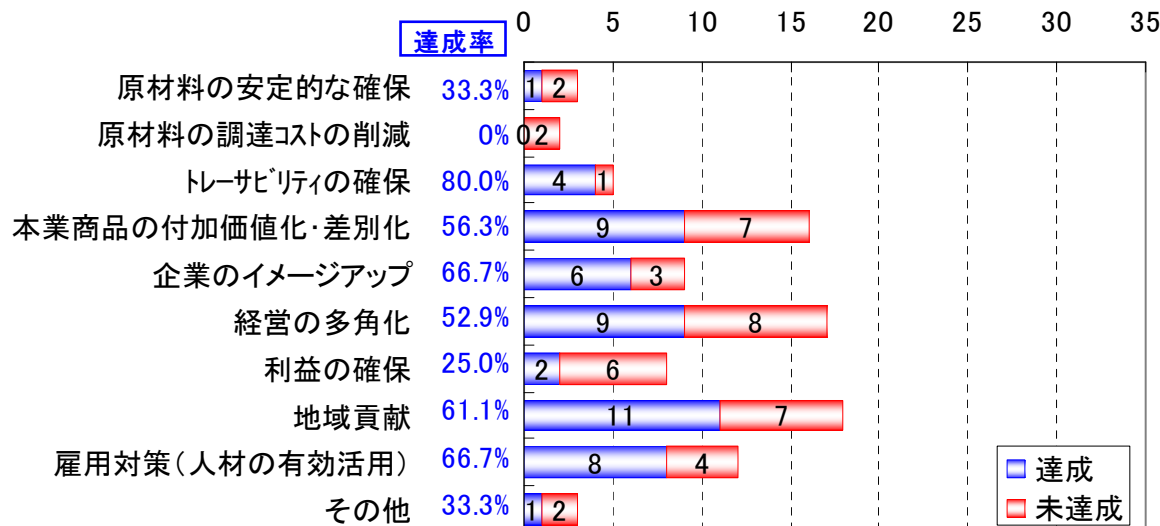
9 農業参入の目的(複数回答) n=29



○参入目的は「地域貢献」62%と最も多く、続いて「経営の多角化」、「本業商品の付加価値化・差別化」が多い。

○食品関連業種と比べて「原材料の安定的な確保」や「トレーサビリティの確保」は少ない。

10 参入目的の達成状況(複数回答)

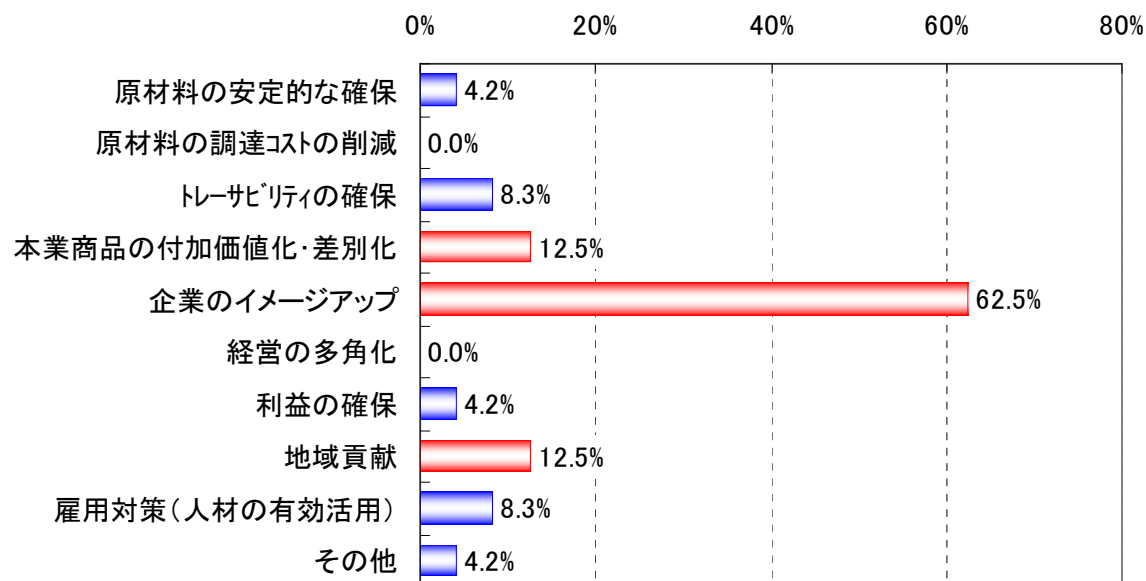


○参入目的で最も多い「地域貢献」は、61%が達成。

○「経営の多角化」53%、「本業商品の付加価値化・差別化」56%の達成率。

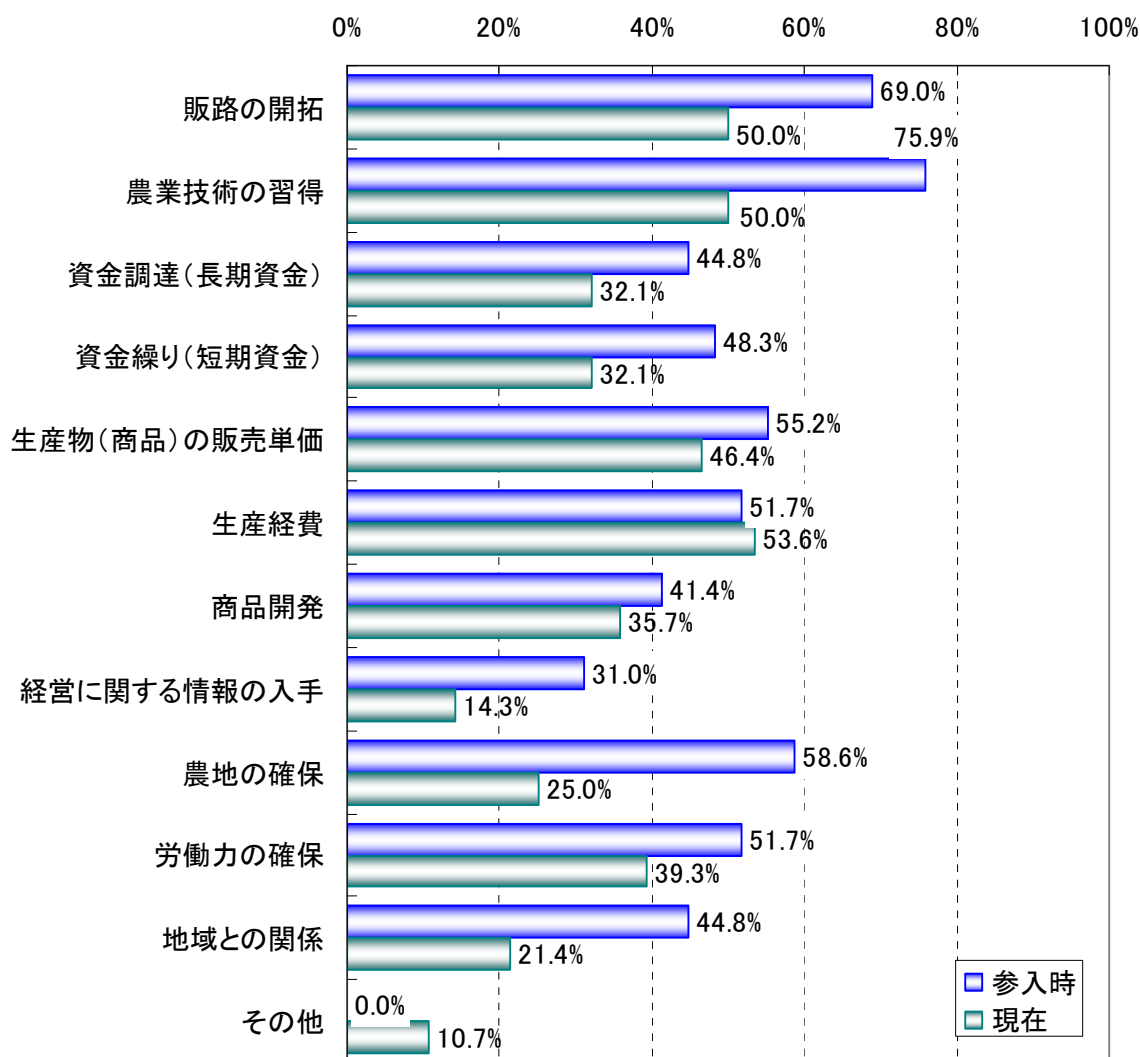
○「利益の確保」は25%と他の業種と同様に低い状況。

11 目的としていなかったが得られた効果（複数回答） n=19



○目的の他に得られた効果は、「企業のイメージアップ」が圧倒的に多い。

12 農業部門の課題(複数回答)



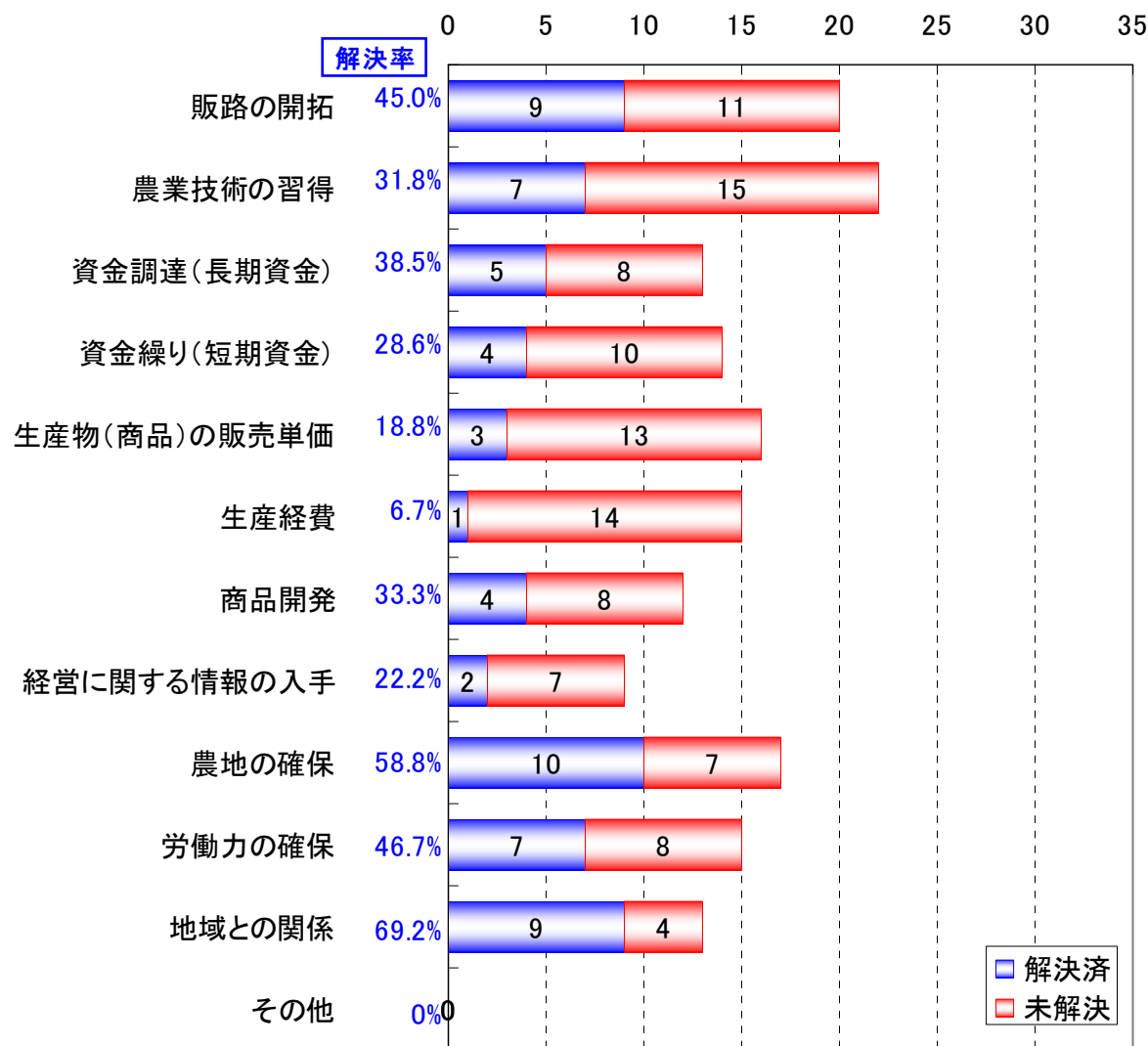
○「販路の開拓」、「農業技術の取得」、は参入時に課題としてあげる先が多く、参入後であってもこれらの課題は50%と解決に至らないことが明らかになった。

○また「商品開発」、「販売単価」も参入時と現在において大きな変化は見られない。

○「生産経費」は参入時よりも現在の方が多くなっている。

参入時:n=29
現在:n=28
現在=参入後平均54.3ヶ月

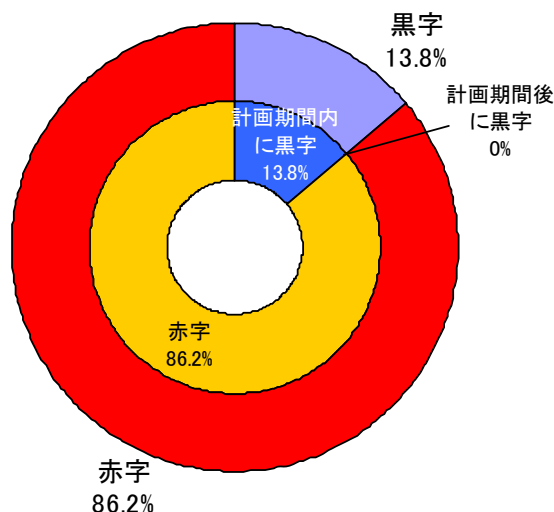
13 農業部門の課題／参入時の課題の解決状況(複数回答)



○参入時の課題のうち最も多かった「農業技術の習得」の解決は32%に留まり、68%が未解決のまま事業を開始している。

○「生産経費」の解決は約7%しかなく、ほとんどが未解決の状況。

14 黒字化までの期間 n=29



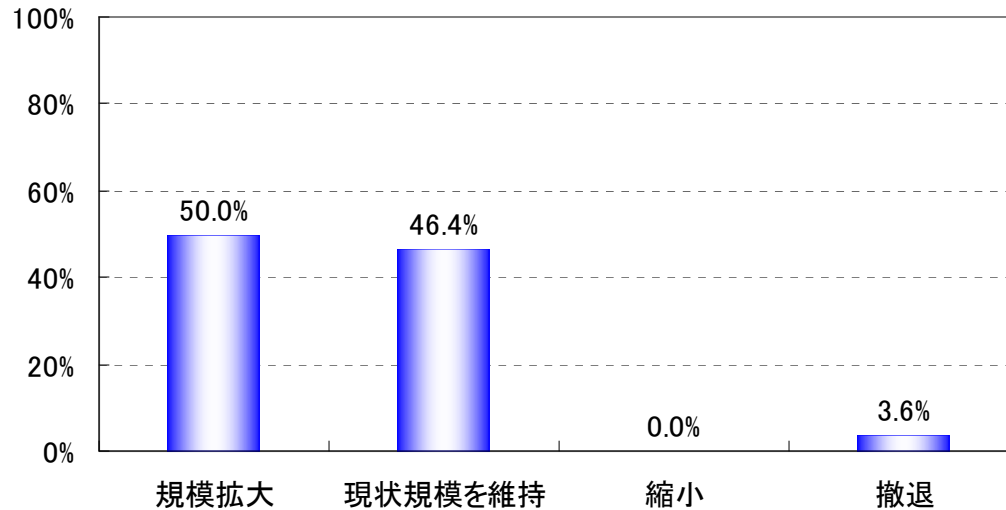
○黒字を確保した先は13.8%に留まるが、黒字化までに要した期間は2.8年と比較的短期である。これは参入後経過年数が55.9ヶ月(4.7年)と短い先が多いことが要因と考えられる。

○収益の確保に関しては、本業に対して経営状況を定期的に報告し、計画に沿った利益が出ていないと厳しい追求があることで、農業経営管理上プラスに働くという意見もある。

15 黒字化までの期間等

		参入後経過期間
当初の黒字化見込期間(n=26)	4.1ヵ年	50.2ヶ月
黒字化まで要した期間(n=4)	2.8ヵ年	108.3ヶ月

16 今後の農業部門の経営方針 n=28



○今後の方針として、50%が「規模拡大」、45%が「現状規模を維持」と回答。

○一方で、「縮小」や「撤退」と回答する先もいる。

1 成功するために重要だと考えること

(1) 建設業

- 販路の構築が課題でもあり、成功するために最も重要なこと。また、経費節減のため、初期投資を抑制することも重要。
- 参入前(農地の確保、補助金の申請等)、参入後(生産技術指導、資金調達等)における相談相手を見つけることが大切。
- 農業は特に地域とのつながりが密接であるため、地域との関係構築は欠かせない。
- 農業参入するからには「成功する」という強い意識を持つことが必要。そして、農業に対して強い思いを持つこと、農業が好きであること。そして、たとえ赤字でも継続する覚悟が必要。
- 農産物は気候や市場価格の変動で利幅が大きく上下する。そのため加工品向けの商品を自社で一次加工することが安定した農業事業につながると考える。
- 自社の販路で農産物を販売しているが、販売がボトルネックとなり、生産規模を拡大できない。生産量と販売量のバランスをとることが大切。
- 規模拡大には資金を要するため、資金の確保が重要。
- 青果で一級品を出荷すること。

(2) 食品製造業

- 行政の支援(事業計画の作成、人件費補助等)が参入を実現化した。
- 販路が自社であり、農産物の加工技術を有していることが、本業商品に利用できる品質の農産物を生産するレベルまで生産技術を向上させることが重要。
- 地域の人を含め、参入する事業地にどれだけなじむかが鍵となる。
- 生産・加工・販売の一貫生産で、個性ある商品づくりが大切。
- 農地を借りて農地整備からはじめ、経営が安定してきたところで農地の賃貸借契約期間が切れてしまう。安定的に農地を使用できるようにしておくことが重要。
- 収益性を挙げるためには、一定の規模が必要。しかし、そのためには、農業用機械等を準備する必要がある。
- 売上がない期間における運転資金の確保。
- 他業種においては、販路の確保。
- ぶれない経営方針。

(3) 食品卸売業

- 生産段階では天候に左右され、収穫し販売がすべて終わるまで何が起こるかわからず、不安定。このような条件においては、出来るだけ人件費を抑えることが重要。また、農薬も非常に高く、安くしてほしい。
- 自社はあまり関係ないが、販路の確保は重要。
- 生産技術に詳しい人が近くにいとよい。

(4) その他業種

- 本業の工程管理のノウハウやPDCAサイクルの徹底など、本業の強みを農業に活かすことができるメリットが大きい。
- 農業のノウハウや知識、生産技術等を持ち合わせていないため、農業経営経験者を参入企業に取り込むことが有効。
- 地元の生産者や農業委員会等と、あらかじめ良好な関係を築いておくことが大切。
- 生産物の品質向上が必要。ブランド化するためには地域で取り組む必要がある。

2 参入にあたっての要望・意見

(1) 建設業

- 農地が確保できても耕作放棄地等であると土壤改良や整備に時間と費用を要することから、すぐに作付できるよう行政が支援してほしい。
- 農業は作付けから収穫まで10ヶ月程度かかるため、農業政策や補助制度を頻繁に変えられては、意欲を阻害する。
- 農業は長期間による設備投資の必要があるが、国、県等の行政の支援(補助金等)が途中で大幅に変更され、計画の変更を余儀なくされている。このような支援策の変更があっては、企業による農業への参入は難しいと考える。
- 補助金等の制度上の手続を早期に処理してほしい。

(2) 食品製造業

- 農地の集約(規模拡大)等の基盤整備には手厚い補助金の必要性を実感する。
- もっと生産技術について指導してほしい。

（３）食品卸売業

- 行政には、企業の農業参入促進のための補助金支援や、農業経営について相談したり適切なアドバイスを受けられる専門家を設け、継続的なフォロー体制を整えてほしい。
- 農地取得や公害防止協定等どのような手続が必要となるのか、行政に相談した段階ですべて示してほしい。事業・資金計画や商機に影響が出るため、迅速な対応を求める。
- 条件のよい農地を確保できるようにしてほしい。
- 土壌条件を調査済みの優良なまとまった農地を確保・提供してほしい。

（４）その他業種

- 他産業からみて、農業における補助金制度や手続は時間を要するなど大きな違いを感じる。