

◇「千葉県農業の活性化を目指して」 調査結果のポイント

1章 農業の現状の把握

○データからみると、日本の農業が近年、低迷を続けていることは明らか。

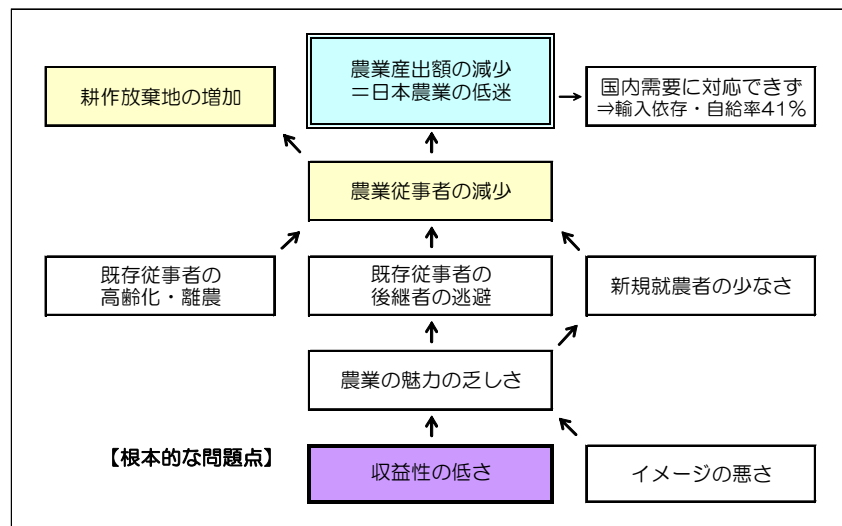
◇主な指標の趨勢

指 標	昭和 40 年	→	平成 17 年
国内総生産に占める 農業総生産の比率	6.7%	一貫して低下	1.0%
農業総産出額	3.2 兆円	S59 (11.7 兆円) まで 増加。その後、減少へ	8.5 兆円
食料自給率	73%	一貫して低下	40%

2章 課題の整理

○さまざまな現象が起きているが、根本的な問題は農業の収益性の低さである。

◇農業で起きている現象の体系図



◇「収益性の低さ」をもたらす要因（＝課題）

課 題		結 果
生産段階 の課題	・事業者の小規模性 ・生産基盤の未整備	⇒ 生産性の低さ
	・ニーズに合致した商品への対応力の弱さ ・企画・マーケティング機能の不足 ・ブランド品の少なさ	⇒ 付加価値力の弱さ (＝販売価格の低さ)
	・事業者の小規模性【再掲】 ・事業体としての経営意識の弱さ	⇒ 生産コストの高さ
販売段階 の課題	・川下との連携が不十分 ・川下のニーズの把握が不十分	⇒ 付加価値力の弱さ (＝販売価格の低さ)
	・流通経路の画一性・多段階性 ・旧態型の商慣習	⇒ 流通コストの高さ
生産・販売 段階の課題	・組織的な活動の不足、組織の未整備	⇒ 生産性の低さ 付加価値力の弱さ 生産・流通コストの高さ

直接的に影響 ↓

収益性の低さ

3章 これからの農業に求められる方向性

○収益性の高い農業を実現し、その結果として農業を発展させいくための方策として、2つの切り口と、そのなかで求められる4つの方向性が考えられる。
○農業事業者の取組みをサポートする、外部からの支援も重要である。

◇切り口-1 「既存の農業のなかからの取組み」

主 体	・農業事業者
考え方	・農業の発展のためには、基本的に農業事業者が意識を変革させ、自ら主体的にアクションを起こさなければならない。
方向性	(1) 大規模化・組織化 (2) 特色の明確化 (3) 川下への意識の高揚 ①川下事業への進出 ②川下事業者との連携

◇切り口-2 「外部の力を活用した取組み」

主 体	・川下事業者等 + 農業事業者
考え方	・「重要な産業」である農業を、経営力・組織力の高い日本の他産業の力を借りて発展させていく。
方向性	(4) 川下事業者等による農業参入 ～農業への参入・農業事業者との連携

◇4つの方向性の実現に向けて求められる取組みと、外部からの支援策

方向性	その実現に向けて求められる取組み	それをサポートするための外部からの主な支援策
(1)大規模化・組織化	①農地の集約化	← 農地の需給に関する情報の提供 ← 資金調達手段の充実
	②農業事業者の法人化	← 法人化によるメリット提示、手続き供与 ← 経営コンサル機能の提供
	③組織の組成	← 組織化によるメリット提示、手続き供与 ← 経営コンサル機能の提供
(2)特色の明確化	①方針の徹底	←
	②外部へのアピール	← マーケティング機能の提供
(3)川下への意識の高揚	①川下事業への進出	← 経営コンサル機能の提供 ← マーケティング機能の提供 ← 統計情報の整備・提供 ← 資金調達手段の充実 ← マッチング・連携機会の提供
	②川下事業者との連携	← マッチング・連携機会の提供
(4)川下事業者等による農業参入	①農業生産法人設立方式	← 誘致情報の提供（誘致活動の推進） ← 受入体制の整備
	②農地リース方式	← 統計情報の整備・提供

4章 今後の千葉県農業の活性化に向けて

○千葉県は農産物の生産力があり、かつ大消費地に立地。「売るものがあり、売る先がある」という恵まれた環境にある。
○キーワードは「販売」。販売という視点から、2点の提案を行う。

◇千葉県農業の強みと弱み

強 み	弱 み
【現象】 ・農業産出額の多さ ・多品目で産出量がトップ 【ヒアリングより】 ○条件に恵まれている ・大消費地である首都圏に立地 ・温暖な気候、肥沃な土地	【現象】 ・特になし 【ヒアリングより】 ○条件が良いことがマイナスに作用 ・特徴のなさ ・関係者の意識の弱さ

◇千葉県農業活性化のための提案（千葉県の特徴である野菜の供給を念頭ににおいて）

○キーワード：「販売」

・千葉県は、農業にとっては、「売るものがあり、売先がある」という、恵まれた環境にある。
・あとは農家が、生産されたものをどうやって、収益性を確保できる形で販売に結び付けていくかが課題となる。
・販売体制を確立していくことによって、県内農家の収益性は高まり、千葉県の農業は活性化できる。

提案 1 「農産物の販売に専念する農業販売法人をつくる」

・生産活動を行っている農家は、なかなか販売にまで手が回らない。
・地域でまとまって、販売するための組織をつくる必要がある。
・ただし、販売活動には時間と労力が必要。農業を営みながらの兼務は難しい。
・販売は、生産活動から解放され、販売に専念できる別組織で行うべき。

提案 2 「農産物直売所の整備を促進する」

・農産物直売所は、新鮮な野菜を購入できる場としてすでに広く認知されている。
・直売所による販売は、農業事業者にとって収益性が高い。
・直売所の仕組みは、収益性以外でも農業事業者、消費者、そして地域にとってさまざまなプラスの効果がある。
・特に都市部ではニーズはまだ十分ある。整備を進めていくべき。

本資料に掲載された全ての内容の著作権は弊行に帰属するものです。これらを無断で転載、使用、複製、配布、改変等を行うことを禁止します。
株式会社 千葉銀行