

Agricultural management review

# 農業経営通信

2008.4 No.235

ISSN 0388-8487



農研機構  
NARO 農業・食品産業技術総合研究機構

中央農業総合研究センター



## CONTENTS <目次>

---

### ●巻頭言

装いも新たに—————増淵隆一 1

### ●成果紹介

農業経営意思決定支援システム  
FarmanDess「ふぁ～まんです」—————梅本 雅 2  
普及機関等が業務用野菜の契約取引導入を  
支援するためのマニュアル—————森尾昭文 4

### ●現地便り

全農茨城県本部における  
青果物直販事業の取り組み—————佐藤和憲 6

### ●用語解説

契約農業(contract farming)—————佐藤和憲 7

### ●政策情報

品目横断的経営安定対策の見直し——梅本 雅 7

### ●研究の広場

2005年センサスにみる大規模層の動向と地域差  
—————細山隆夫 8

### ●技術情報

大豆不耕起狭畦栽培技術—————梅本 雅 10

### ●自著紹介

現代の青果物購買行動と産地マーケティング  
—————大浦裕二 11

●研究者紹介—————大室健治 12



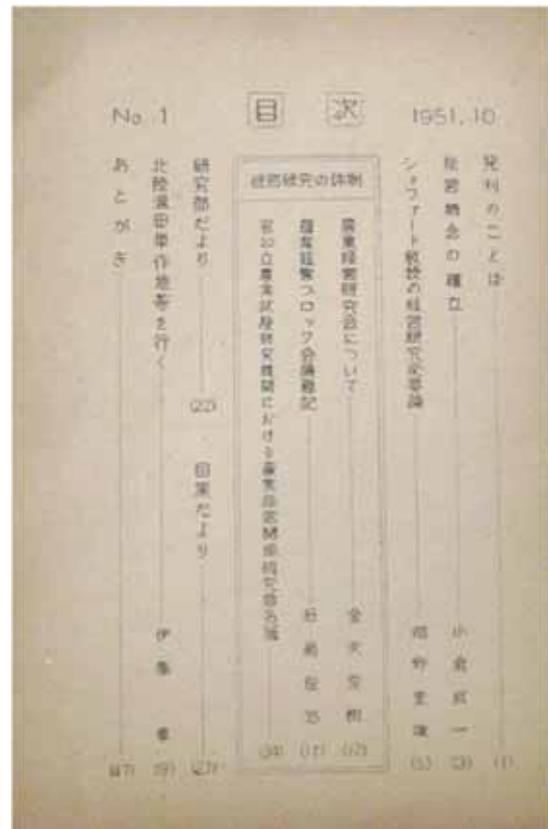
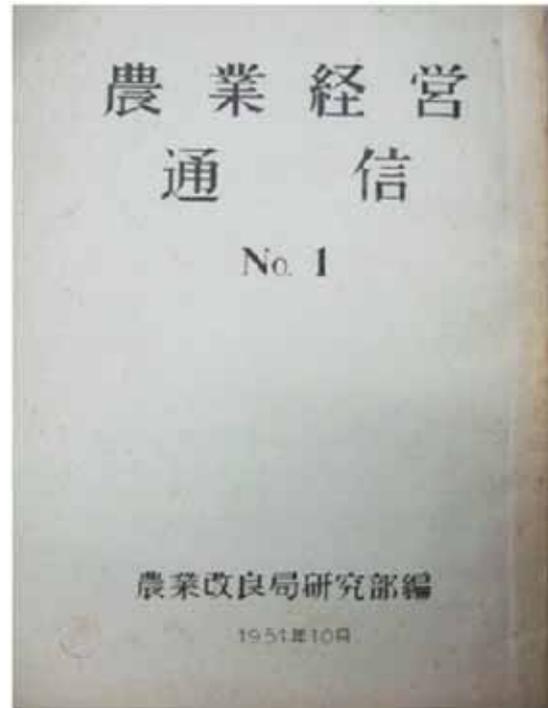
増淵隆一 (ますぶち りゅういち)

中央農業総合研究センター・研究管理監  
 栃木県生まれ 宇都宮大学大学院修士課程修了  
 専門分野:農業経営学  
 九州沖縄農研総合研究部長, 中央農研経営計画  
 部長を経て現在に至る

二葉の写真は、「農業経営通信」創刊号の表紙と目次です。B5版、タテ書き、ガリ版刷りという体裁で、農業改良局研究部編として1951年10月に刊行されました。今から57年も前ということになりますが、この農業経営通信刊行の契機となったのは、「試験研究機関の整備統合が実施に移されて、農技研や地域試験場に農業経営部が創設されたことである。」(磯部秀俊、100号記念号)と記されています。

4号でこれまでの体裁の原型(A5版タテ書き)が形作られますが、以来、国および都道府県の経営研究・普及事業に従事する人達の情報交換の場としての役割を果たしつつ、徐々に研究論文、研究速報を中心とする形態へと変わってきました。農業経営研究が理論面でも手法面でも深化を遂げてきたことによるものと言えましょう。170号からはヨコ書きへと体裁を変え、昨年12月で234号となりましたが、この間、全国の多くの方々からの投稿によって、農業経営通信が、まさに時代の農業経営研究を映す鏡となってこられたことに感謝いたします。

今後とも、農業経営通信の伝統を継承し、新しい農業経営およびそれを取り巻く諸条件の変化を見極めつつ、発展していくという気持ちを込めて、今回の235号からは装いも新たに、A4版フルカラー、12頁という体裁に変更いたしました。農業経営研究の成果の普及に重点を置きつつも、草創期からの役割である情報交流の場としての機能も保持していきます。広報色を強め、より親しみやすい誌面作りに努める所存ですので、今後ともよろしく御指導・御鞭撻のほどお願い申し上げます。



# 農業経営意思決定支援システムFarmanDess「ふぁ～まんです」 —経営改善のためのビジネスシミュレーションツールの構築に向けて—

法人経営の経営者、認定農業者、集落営農組織のリーダーによる経営計画や財務分析の際の経営意思決定を支援するシステムを開発した。決算書等のデータを入力することで、計画シナリオに対応した収支や財務指標値が推計・グラフ表示され、改善計画案の収益性や安全性が簡易に分析できる。



**梅本 雅** (うめもと まさき)

中央農業総合研究センター・農業経営研究チーム長  
滋賀県生まれ 三重大学農学部卒業 博士(学術)  
専門分野は農業経営学、水田農業論、経営管理論  
著書に「転換期における水田農業の展開と経営対応」農林統計協会,2008年など

## 1. システム開発のねらい

農業の担い手確保に向けて、認定農業者や集落営農組織の育成が求められている。しかし、担い手対策を進めていく上での基本は、経営者や組織リーダーにおける経営管理能力の向上にある。

そのような経営者能力の向上策として、経営記録の記帳→経営計画の作成→実施→結果の評価・分析というマネジメントサイクルの実践がある。そして、そこでは、特に、明確な目標を設定し、その達成に向けて的確な経営改善計画を策定することが不可欠の条件となる。

しかし、実施しようとする事業の内容が複雑となり、経営改善に向けた投資も多額なものとなる中で、経営改善計画が経営の収支や財務内容にどのような影響を及ぼすのかを経営者が正確に把握することはかなり困難となっている。

このような状況の下で、中央農業総合研究センター農業経営研究チームでは、農業者や関係機関の指導者による経営改善計画の策定や経営分析に資するために、農業経営意思決定支援システム（通称 FarmanDess 「ふぁ～まんです」）を開発した。

## 2. システムの内容と特徴

このシステムは、マイクロソフトエクセルのマクロ機能を用いて作成されている。その基本的な内容は、貸借対照表及び損益計算書に基づく実績

値を入力し、計画期間の作物別面積・単収・単価や、拡大する農地の属性、投資計画等に関するシナリオを設定すると、今後5年間の損益や財務指標の推計値を自動的に計算し、グラフ表示するというものである。

システムの特徴としては、以下の点がある。第一は、法人経営の経営者、青色申告を行っている個人の農業者、集落営農組織のリーダーなど多様な担い手が、それぞれの経営・組織の性格に応じた分析を行えるという点である。図1にシステムのメニュー画面を示したが、最初に自分に適合する企業形態を選択すると、それに該当する入力項目が提示され、それに適した分析が実施できる。例えば、本システムの基本機能は、法人経営を念

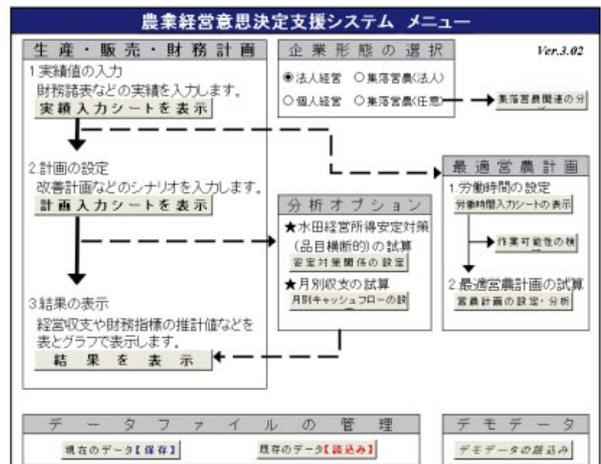


図1 システムのメニュー画面

頭に置いた経営計画と財務分析にあるが、任意組織である集落営農に対しては、組織化の効果や収益配分方式の評価も可能である。

第二の特徴点は、必要最小限の入力で、短時間に経営計画と財務分析が実施できることである。操作は、使い勝手を考慮して、順次、入出力画面が現れるようにするとともに、試算結果はグラフ表示して、損益の変化などを視覚的に捉えられるようにしている。

第三は、経営者の目的に応じた評価・分析が行えるよう、以下のように様々な追加機能を装備していることである。

- ①水田経営所得安定対策下での政策的支援額（固定払・成績払）の計算式が組み込まれているため、期中生産面積などを入力することで新制度下での稲・麦類・大豆作の収入を試算できる。
- ②財務指標の推移の表示と併せて、基本的な指標である収益性（総資本経常利益率）、財務安全性（流動比率、固定長期適合率、自己資本比率）、生産性（労働分配率）については、財務安全性などの観点からその水準を5段階に区分した上で、それらをレーダーチャートとして図示する。
- ③月別の販売管理の内容や交付金の支払い時期に対応して、月々のキャッシュフローやその累積額が計算・図示され、必要運転資金額の目安が把握できる。また、計画初年度と最終年度についてはキャッシュフロー計算書も作成される。
- ④営農計画策定支援プログラムを組み込んでおり、線形計画法を用いて経営計画の実行可能性や、最適な部門構成とその計画案での最大収益を簡易に計算できる。また、計算結果は、図2に示すように、収益性や最適部門構成、労働配分などが一目で分かる形式で出力される。

### 3. システムの利用方法

このように、本システムは、経営計画に対応した経営収支や財務安全性の変化を具体的に把握するとともに、その妥当性を評価することを通して、

最適営農計画		作付け面積 (ha)				
収益性		部門名	作付け面積	水田	畑	転作受託
専従者労働報酬	484 万円	水 稻	9.49	9.49		
同上1人当たり	161 万円	小 麦	2.69	1.85		0.84
労働力		大 麦	10.23			10.23
専従者	3.0 人	大 豆	34.44	20.51	5.00	8.93
臨時雇用 (上限)	160 時間/旬					
経営面積						
総面積	55.00 ha					
水田	30.00 ha					
畑	5.00 ha					
転換受託地	20.00 ha					
		合 計	56.85	31.85	5.00	20.00

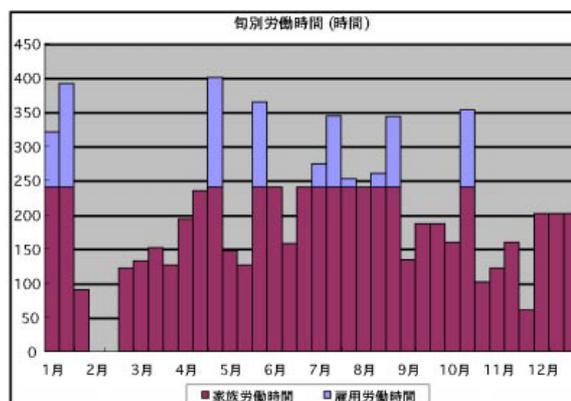


図2 最適営農計画案の出力画面

より良い経営改善計画案の策定に貢献していくことをねらいとしている。

システムは、中央農業総合研究センターのホームページ (<http://narc.naro.affrc.go.jp/team/fmrt/index.htm>) から無料でダウンロードして利用可能である。また、パンフレットや操作・解説マニュアルも同じウェブサイトからダウンロードできる。なお、後者は、本システムの詳しい説明に加え、財務指標等の解説も行っているので、経営分析に当たっての参考資料としても活用して頂きたい。

本システムを用いることで、利用者は、自らが考案する様々な経営改善のシナリオを具体的な数値として捉えることができるが、今後は、さらに工夫を重ね、様々な戦略のアイデアとその予測結果とを同時に表示するなど、経営計画の多面的な検討・評価を自在に実施できるビジネスシミュレーションツールとして発展させていきたいと考えている。

# 普及機関等が業務用野菜の契約取引導入を支援するためのマニュアル

契約取引の経験がない出荷団体に対して、普及機関等が取引導入を支援するためのマニュアルを作成した。契約取引の導入に必要な手順と方法を、業務用野菜の契約取引に初めて取り組んだ事例に沿って整理したものである。



**森尾昭文** (もりお あきふみ)

中央農業総合研究センター・マーケティング研究チーム・主任研究員  
 大阪府生まれ 筑波大学大学院博士課程修了 博士(農学)  
 専門分野は農産物マーケティング、異業種間連携など

## 1. 「できない」と言わせないのが狙い

増加する業務用需要に対応して国内野菜産地での契約取引の拡大が政策的にも要請されている。しかし、実需者の注文に適確に対応することが求められる取引は、契約に慣れない農業生産者にとっては敬遠したい話である。それに、理詰めで説得しても「机上の空論」、優良事例を示せば「自分たちにはできない」と言われて、契約取引導入の必要性を認めてもらうことさえ一苦勞である。

今回、作成したマニュアルでは、契約取引の経験がなく、特殊な技術もない出荷団体を事例として、

現在のままの施設や人材、技術力でも契約取引が始められる手順と方法を整理した。事例の出荷団体の行動を真似ることは容易で、どのような産地にも適用できることが、大きな特長である。

## 2. その契約は受けていいのか？

一般の市場流通向けと同じものを出荷する契約取引は、産地側には始めやすい取引である。しかし、市場流通向けと同じなら実需者は他産地との代替が容易であり、産地側に値下げ要求もしやすい。生産や出荷の容易さのみで判断して、契約取引を

表1 契約取引導入に備えた産地戦略のチェックシート

チェックポイント	細目	内容 (記入例)	
技術的にもコスト的にも生産できる範囲	作れる商品	品目	秋冬キャベツ
		栽培方法	慣行栽培、周辺地域よりは農薬使用量は少ない
		規格	大玉になりやすい、12月ごろアラレの害で等級が落ちる
		品質面の注意事項	大玉狙いは不味くはならないが、割れる危険性に注意
	供給できる量	最大限できる生産量	11月なら月に20t
		供給できる期間	10~3月
	安定的に出せる1日ごとの出荷量	200kg	
他産地との競争を避けるもしくは自分に有利な需要を選ぶ	産地指定	有名でもないので地場産以外ではあり得ない	
	技術的条件	特に特徴はなく、もともと農薬使用量が少ない	
	立地、地域的条件	県庁所在地近郊、交通の便がよいなどを活かせる	
	人的交流	生協などとの産直も、グリーンツリーズもない	
産地も実需者もそう簡単には取引を止められなくできる	実需者との接触機会	接触しやすい県内の実需者だが、畑まで来るのは仲介業者だけ	
	製品開発へのこだわり	品種を指定	
	契約取引で消費者にアピールできる材料	地産地消	

始めれば、契約農家が値下げ要求に困って継続しにくい取引になる危険性がある。

当マニュアルは、どのような契約取引が自分たちに適しているか見定める産地戦略の策定から始まる。そのために表1のような産地戦略のチェックシートを作って、技術や生産量の面で可能かだけでなく、他産地との競合や取引が想定される実需者との関係を検討する手順をまとめている。

### 3. 製品開発で実需者との関係を強化する

製品開発（新製品を導入することで新しい需要を得ようとする行動）の過程で、どんな製品を作り、どのように安定した供給を維持するか下準備を整えることで、実需者に自分たちからしか得られない利点を提供すれば、実需者は取引をやめづらくなり、他産地の競合を回避することが可能となる。このことが、契約取引導入における産地戦略の基本になる。

表2には、実需者の取引内容を確認し、関係を強化するためのチェックシートの一部を示した。事例では、キャベツの外葉を取り除く作業や品種の限定など、簡単な条件を盛り込むことで、取引する実需者個別のニーズに合った原料となり、他

産地からの供給との差別化を図ることが可能になる。また、他から調達しづらい原料になれば、実需者は契約農家に供給を依存する程度が強くなる。そのため、実需者側から契約農家との協調関係を維持しようとの意欲も深まる。

### 4. 協調関係の構築を促す支援者の役割

契約取引の計画ができて、生産者、JAや卸売業者、実需者など、取引にかかわる主体が、契約条件を定めた意図を理解して行動するとは限らない。また、製品開発を進める過程においては、実需者ニーズと生産を結びつけるための情報交換を行う仲介者がいないと進まない。

当マニュアルでは支援者となる普及指導員がどのように行動すべきかについても整理し、現場で容易に活用できるように工夫している。

なお、マニュアルの入手先は下記のアドレスである。

<http://narc.naro.affrc.go.jp/soshiki/mrt/result.htm>

表2 実需者との取引内容を確認し、関係を強化するためのチェックシート

項目		検討事項	契約条件・対策等 (記入例)	買い手の依存 (記入例)	
差別化	産地ブランド	消費者に表示する意味がある産地名等は何か	A県内での地場産	県内生産に依存	
中 略					
実需者がどんな原料を望んでいるか	規格	効率性	加工処理や物流コストの削減を目的とする規格の条件は何か	外葉は1枚だけ、コンテナ出荷、大玉優先	契約取引のみに依存
		品質確保	最終製品の品質確保または向上を目的とする規格の条件は何か	虫食いや黒点がある葉は取り除いてから出荷	契約取引のみに依存
	栽培条件	食味品質	最終製品の食味などの向上を目的にした栽培上の条件は何か	ラーメンとの相性がよい品種に限定	契約取引のみに依存
		安全性	安全・安心のためについた条件は何か	県のエコファーマーの基準を遵守	契約取引のみに依存
	数量	実需者が確保したい数量上の条件は何か	日に3~5t欲しいが数量基準が曖昧な実験	定着には生産拡大が必要	
	価格	実需者が購入したい価格条件は何か	他産地からのキャベツと同じ固定の価格	意識の高い生産者に依存	
	その他	その他に求められている条件は何か	天候不順などの影響を速やかに報告すること	情報提供や組織的出荷ができる団体が望まれる	
中 略					
経営的対応	他部門との調整	契約外への出荷や他品目との調整	明確な基準は設けなかった	経営計画がしっかりした生産者が望まれる	

## 全農茨城県本部における青果物直販事業の取り組み



佐藤和憲(さとう かずのり)

中央農業総合研究センター・  
マーケティング研究チーム長

全農茨城県本部では、旧茨城県経済連時代の1992年から青果物の直販事業に取り組み、当初10億円規模に過ぎなかった販売金額は、2006年現在110億円と園芸販売事業全体の1割を超えるまでに成長している。

青果物直販事業の基本的な特徴は、同本部が事業主体となり生産者と契約を結んだ青果物を集荷し、これを外食や中食といった業務系実需者やスーパーマーケット等の実需者に直接販売していることである。また、同本部が生産者を小グループとして直接組織化している場合があることも特徴である。現在、同本部園芸部に直販事業を統括するVF課が置かれ、その下にVFステーションと呼ばれる物流拠点が県内4ヶ所、県外1ヶ所に設置されている。

同本部と実需者との取引方法は、契約と契約外に大別される。さらに契約はシーズン契約と週間契約に分けられる。シーズン契約は、出荷期間を通して、価格と数量を決めるもので、主に加工・業務系実需者や商社との取引に用いられる。また、卸売市場向けとは異なる出荷規格や生産方法に特定されることが多いため、これに対応する生産者とは生産方法に関する生産契約が結ばれる。週間契約は、主にスーパーマーケットとの取引に多く用いられる方法で、価格は前週の市場価格に連動して週間単位で決められる。出荷量も週間で設定されるが、出荷前日に発注量に変更されることもあり、不作時等には対応に限界がある。この取引は価格と出荷量だけを決めて取引するから販売契約に位置づけられる。契約外販売は、主に卸売市場への委託出荷で、過不足発生時の需給調整に用

いられる。

同本部と生産者との取引方法は、実需者との取引方法に対応して同じくシーズン契約と週間契約に分けられる。シーズン契約では、播種の1～2ヶ月前に実需者と商談を行い、この結果得られた価格、出荷規格、生産方法、並びに仮発注量から予測される作付面積や生産者数等を生産者に提示して参加者を募集する。参加生産者が決まったら品目・作型毎に播種前講習会を行い、この中で生産計画を確定する。このようにシーズン契約は、出荷規格だけでなく生産方法まで指定される生産契約である。週間契約は販売価格を週間単位で固定するもので、出荷規格は卸売市場向けの出荷規格に準ずる。また、生産方法については特別な取り決めを行うことはないので販売契約に位置づけられる。

近年、VF事業では業務系需要のウエイトが高まる傾向にある。業務系需要では、個々の実需者の個別的なニーズへの適応の良否が重要なポイントであるため、営業体制の強化が課題となっている。また、業務系実需者は主要品目については周年的に調達することから、これに対応して他県産地と連携した周年供給体制を確立することも課題となっている。



スーパー向けのネギ袋詰め作業(県西VFS)

### 契約農業 contract farming

契約農業とは、農業生産者と食品メーカーや小売業者又は他の生産者が合意によって、農産物の生産や販売を行うことであり、契約が書面によるものか口頭によるものかは問わない。契約によって農産物やサービスを購入する経済主体をコントラクター (contractor)、契約によって農産物やサービスを生産、販売する生産者等の経済主体をコントラクティー (contractee) と呼ぶ。契約農業は販売契約 (marketing contract) と生産契約 (production contract) に大別される。販売契約とは、コントラクターが収穫前または出荷前にコントラクティーと価格や出荷先を決定する契約である。その基本的な特徴は、コントラクティーが所有権と生産管理権をもつため、生産リスクを全面的に負担するが、価格変動リスクはコントラクターと分担するものである。具体的には、①青田売り、②事前価格決定、③事後

価格決定などが該当する。生産契約とは、播種・定植前にコントラクティーが使用する生産資材、品質・規格、数量、及びコントラクティーに対する報酬が特定される農業生産のことである。契約内容により①生産管理契約と②原料供給契約に大別される。生産契約の主なメリットはコントラクターとコントラクティーが生産と販売の両方のリスクを分担すること、及びコントラクティーがコントラクターから直接又は金融機関を通じて資金供与を受けられることにあるとされている。このため生産契約によってコントラクティーの生産と報酬は安定する可能性が高いとみられるが、その反面、経営体としての独立性が低下し、新たな技術の導入や販路開拓をコントラクターの利害によって制限される恐れがあることには留意が必要である。

(中央農業総合研究センター・マーケティング研究チーム長：佐藤和憲)

## 政策情報

### 品目横断的経営安定対策の見直し

平成19年12月、農林水産省より「農政改革三対策の着実な推進について」が発表され、品目横断的経営安定対策の見直しが図られることとなった。そこでは、制度名称の変更や面積要件の見直し（市町村特認制度の創設）などが提示されているが、ここでは経営的な観点から特に注目される2点について紹介する。

第1は、ナラシと呼ばれていた収入減少補てんの充実である。収入減少影響緩和対策においては、約10%の収入減少に対する補てんが計画されていた。しかし、平成19年産米価下落により水田作経営の収入はかなり減少すると予想されることから、今回、19年産の収入減少が10%を超えた場合、その10%を超える部分に対して生産者の拠出なしに国の負担で補てんする特別措置が講じられることとなった。

なお、20年産以降は、農業者の選択により一度に10%を超える収入減少に備えた積立金の拠出（但し、標準収入に対して現在の2倍の4.5%を上限）ができる仕組みが設けられる。この点で、収入の安定化という観点からはかなり実質的な意義を持つ取り組みが進められつつあると言える。

第2に、交付金の交付時期を前倒しすることで、固定払（緑ゲタ）が今年度の10～12月から7～8月に、成績払（黄ゲタ）の麦分が2～3月から年内の12月までへと変更されることとなった。麦作に関しては、平成19年度、JA等による立替払いがない経営では、運転資金の調達が問題となる場合もあった。この点で上記の対策は、麦大豆作経営の資金繰りに対して大きな効果をもたらすと考えられる。

(中央農業総合研究センター・農業経営研究チーム長：梅本 雅)

# 2005年センサスにみる大規模層の動向と地域差

## —5ha以上農家と農家以外の農業事業体の展開—

細山隆夫 (ほそやま たかお)

北海道農業総合研究センター・北海道農業経営研究チーム・主任研究員  
 中央大学社会学科卒業 博士(農学)  
 専門分野:農業構造論、農村社会学論  
 著書「農地賃貸借進展の地域差と大規模借地経営の展開」農林統計協会,2004年など

### 1. 近年は大規模農家と農家以外の

#### 農業事業体が増加

1980年代後半以降、我が国農業では農家数減少と農地貸借が進み、平場地域では5ha以上の大規模な農家（以下、大規模農家）が地域差を伴いつつ増加している。

こうしたなか、2005年センサスは農家以外の農業事業体（農家以外の事業を営む法人や団体等を指す。以下、事業体と略）の急増を示している。すなわち、全国の事業体数は1995年～2000年では6,439から7,542へと17%の増加に過ぎなかったが、2005年にかけては13,742へと82%の大幅増加となっている。同様に、そこにも大規模農家と同じく地域差が生じている。

以下では大規模層農家と事業体が各地域の経営面積に占める割合を整理し、その特徴を述べる。

### 2. 大規模農家と事業体の展開状況

以下の表は大規模農家と事業体が各地域の経営面積に占める割合（シェア）を示したものである。

まず、表1では大規模農家は5～10ha、10～15ha、15ha以上の各階層とも、ほとんどの地域でシェアが上昇している。特に、いずれの階層ともに東北、沖縄でシェアが高く、それに続くのが北陸、北関東、東海、近畿である。一方、四国ではシェアを高めてはいるが、5ha以上の層が極めて薄く、傾斜地という条件と担い手不足が影響していると思われる。

また、水田農業地域である東北と東海を比べると、5ha以上層の形成のあり方に違いがある。すなわち、東北では5～10ha層が厚い反面、10～15ha、15ha以上層はシェアが相対的に薄い。これに対して、東海では5～10ha層は低いが、より大規模な15ha以上層の上昇が著しく、東北との格差は縮小（4.9%）

表1 5ha以上農家の経営面積シェア

(単位: %)

	5ha以上農家 (北海道30ha以上)			5ha以上農家の構成								
				5～10ha (北海道30～40ha)			10～15ha (北海道40～50ha)			15ha以上 (北海道50ha以上)		
	1995年	2000年	2005年	1995年	2000年	2005年	1995年	2000年	2005年	1995年	2000年	2005年
北海道	43.6	49.9	54.9	12.9	13.0	12.8	10.5	10.2	10.5	20.2	26.7	31.6
東北	15.7	20.2	24.5	10.8	13.1	14.8	2.1	3.2	4.6	2.8	3.8	5.2
北陸	9.2	13.0	17.0	6.9	8.7	10.1	1.4	2.1	3.1	1.0	2.2	3.7
北関東	10.0	13.7	19.2	7.9	9.7	11.7	1.3	2.3	3.6	0.8	1.7	3.9
南関東	3.6	5.4	9.2	2.4	3.7	5.5	0.6	1.0	1.6	0.6	0.8	2.1
東山	4.8	6.1	8.4	3.3	3.7	4.6	0.8	1.2	1.8	0.7	1.2	2.0
東海	5.3	7.4	11.0	2.7	3.5	4.2	1.1	1.4	1.9	1.5	2.5	4.9
近畿	3.8	5.5	7.7	2.3	3.0	3.9	0.7	1.0	1.3	0.7	1.5	2.5
山陰	3.7	5.5	8.2	2.8	3.7	4.8	0.6	1.1	1.8	0.3	0.8	1.6
山陽	3.6	5.3	7.5	2.4	3.3	4.2	0.7	1.0	1.5	0.5	1.0	1.8
四国	1.5	2.1	3.3	1.1	1.6	2.5	0.2	0.5	0.5	0.1	0.1	0.3
北九州	6.1	8.7	12.2	5.1	6.8	8.8	0.6	1.1	2.0	0.5	0.8	1.4
南九州	8.9	13.9	18.8	6.9	10.5	13.3	1.0	2.0	3.1	1.0	1.5	2.4
沖縄	19.6	23.6	23.6	11.5	14.9	15.1	3.7	4.3	4.7	4.3	4.4	3.8

表2 5ha以上農家と農家以外の農業事業体の経営面積シェア  
(単位：%)

	農家以外の農業事業体 (販売目的)			5ha以上農家+事業体 (北海道30ha以上+事業体)			15ha以上農家+事業体 (北海道50ha以上+事業体)		
	1995年	2000年	2005年	1995年	2000年	2005年	1995年	2000年	2005年
北海道	3.9	4.2	5.6	47.5	54.1	60.5	24.1	30.9	37.2
東北	1.9	2.1	3.6	17.7	22.3	28.1	4.8	5.9	8.8
北陸	1.9	4.4	9.3	11.1	17.3	26.2	2.9	6.6	13.0
北関東	0.6	0.9	2.1	10.5	14.7	21.3	1.4	2.7	6.1
南関東	0.4	0.6	1.9	4.0	6.0	11.1	1.0	1.4	4.0
東山	1.4	1.5	3.2	6.2	7.6	11.7	2.2	2.7	5.3
東海	1.8	2.1	5.4	7.1	9.5	16.4	3.3	4.6	10.3
近畿	0.9	1.8	4.2	4.7	7.3	12.0	1.6	3.2	6.8
山陰	1.8	2.4	6.3	5.5	7.9	14.5	2.1	3.2	7.9
山陽	1.6	1.8	3.9	5.2	7.1	11.4	2.1	2.8	5.8
四国	0.4	0.5	1.4	1.9	2.6	4.8	0.6	0.6	1.7
北九州	1.3	1.7	1.9	7.5	10.4	14.1	1.8	2.5	3.3
南九州	2.1	2.0	4.2	11.0	15.9	23.0	3.1	3.5	6.5
沖縄	6.4	3.4	4.9	25.9	27.1	28.6	10.7	7.9	8.7

している。兼業深化地域のため、より少数の担い手へ農地が集中していることを示している。

表2は大規模農家と事業体を加えて地域差を確認したものである。すなわち事業体のシェアは北九州を除いた全国各地域で急上昇しているが、特にシェアの高い地域は北陸、東海、近畿、中山間地域の多い山陰である。また、南九州のシェア上昇も注目できる。これらのうち、北陸は以前から事業体のシェアが高い地域であったが、2005年には地域の経営耕地の1割近くを占めるシェアに到達し(9.3%)、また山陰も急上昇して北陸に次ぐシェアの高さとなっている(6.3%)。これら地域では担い手の少数化を背景に農地が事業体にも大量に吸収されているのである。これら地域に対し、四国おけるそのシェアは低く、1.4%に過ぎない。

そこで次に、5ha以上農家+事業体と15ha以上農家+事業体の動向を見ると、東北、沖縄と北陸、東海、近畿との格差は縮小し、逆転さえも見ることができる。すなわち、より大規模な15ha以上農家+事業体のシェアは北陸(13%)、東海(10.3%)となり、東北(8.8%)、沖縄(8.7%)のそれを凌駕しているのである。また、近畿(6.8%)、山陰(7.9%)も、それらに次いで高いシェアを占めている。

### 3. 2005年農業センサスが明らかにした 大規模化の動き

このように2005年農業センサスの分析結果から、大規模農家のシェアが高まっていること、さらに事業体のシェアはそれ以上に急上昇していることが明らかになった。

今後は地域別に事業体が効率的、かつ安定的な担い手として展開していけるかについての吟味が求められる。なぜなら、それは我が国土地利用型農業の維持・発展を展望していく上で、重要な課題だからである。

## 大豆不耕起狭畦栽培技術

梅本 雅 (うめもと まさき)

中央農業総合研究センター・農業経営研究チーム長

不耕起狭畦(きょうけい)栽培とは、耕起整地を行わず不耕起状態の圃場にディスクで溝を切りそこに播種し、畦幅を慣行の半分の30cmの狭畦で大豆を栽培する技術である<sup>(注)</sup>。狭畦であるため中耕培土は実施しない。したがって、この技術では播種前から収穫時まで一貫して不耕起状態で大豆を栽培することとなる。

このような不耕起狭畦栽培の利点として、①耕起整地や中耕培土の省略による労働時間の削減、②降雨後早期に播種作業が実施できることによる播種遅延の危険性の緩和、③狭畦化の抑草効果による雑草制御、④土壌を硬い状態に維持することによる多雨時の地表面排水の促進、⑤平畝にすることによる収穫ロスの軽減、⑥省力化による規模拡大の促進や播種機の汎用利用によるコストダウンなどがある。

技術適用に当たっては、①汎用型不耕起播種機の取得が必要となること(松山株式会社より市販。6条の機種で、定価250万円/台)に加え、②排水対策を徹底して行う必要がある、③播種溝を切るという方式上そこに水がたまり茎疫病が発生しやすい、④苗立ちの確保や播種前後の雑草対策等において耕起栽培以上の丁寧な管理が求められる、などの点に留意する必要がある。この点で、技術導入の際には、機械が十分に稼働できる面積があり、排水対策など丁寧な栽培管理が行える経営を普及対象として進めていくことが望まれる。

この技術は、北関東の大規模水田作経営で普及が進んでいる。例えば、茨城県西部の経営事例では、新技術採用2年目に約40haの不耕起狭畦栽培を実施するなど、試行的な取り組みではなく、短期間での大面積の導入となっている。そして、不耕起狭畦栽培の導入で適期播種や収穫ロスの軽減が可能となったことから、収量は、納豆小粒の不耕起

栽培で206kg/10aと、耕起栽培150kg/10aに比べ56kg増収した(2005年度)。その後は、2006年度150kg/10a、2007年度159kg/10aとやや低下しているが(品種は納豆小粒)、これには、播種時期に強い降雨に加え、茎疫病が発生したことが影響しており、この点の改善策の構築が急務となっている。

なお、この技術では汎用型不耕起播種機を用いるため、大豆不耕起栽培を導入した経営では、2006年度からは水稲不耕起乾田直播栽培にも取り組みつつある。この地域では、転作田のブロックローテーションによる稲-稲-麦-大豆3年4作の輪作体系が構築されているが、不耕起栽培の導入は、このような新たな高生産性水田輪作体系の契機にもなると思われる。

注)本技術について詳しくは、中央農業総合研究センター関東東海総合研究部総合研究第1チーム「汎用型不耕起播種機による大豆不耕起狭畦栽培マニュアルver2」、2004年2月を参照されたい。



大豆不耕起狭畦栽培における播種作業の状況

### 現代の青果物購買行動と産地マーケティング



大浦裕二 (おおうら ゆうじ)

中央農業総合研究センター・マーケティング研究チーム・主任研究員

滋賀大学経済学部卒業 博士(農学)

専門分野は農産物マーケティング、食行動に関する研究

著書に「農産物マーケティングリサーチの方法」農林統計協会、2002年など

本のタイトルを見て、なぜ産地マーケティングで消費者の購買行動なのかと思われるかもしれない。しかし、スーパーなどの店頭での産地間競争が激しくなっている昨今では、産地のマーケティング戦略を考えるとときには、消費者の購買行動を十分に理解しておくことが重要ではないだろうか。すなわち、店頭レベルの消費者購買行動を具体的に明らかにした上で、それを産地マーケティングにフィードバックするという新たなアプローチが必要なのである。

本書はこのような問題意識に基づき、スーパー、生協、直売所といった販売チャネル別に消費者の購買行動を分析し、産地マーケティングのあり方を明らかにしたものである。以下ではその内容を簡単に紹介させていただく。

スーパーにおける購買行動分析(第2章、第3章)では、産地などの青果物表示に注目した。そして、複数産地の商品が取りそろえられているスーパーの売り場では、産地表示や成分表示などの違いが消費者の評価に大きな違いをもたらしていることを明らかにした。

生協組合員の購買行動分析(第4章)では、生協と生産者組織との間の取引数量・価格の変化に注目し、生協の共同購入利用者(消費者)は産地や栽培基準が明確な商品に関心はあるものの、実際には、市場価格と生協の価格を比較して購入先を変えている場合があることを明らかにしている。

直売所における購買行動では、まず、消費者の性別、居住地域、直売所利用経験などの

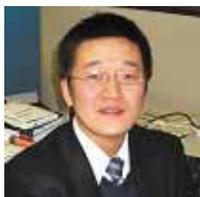
属性によって、直売所の地元産率、駐車場の整備状況などの店舗スタイルに対するニーズが異なることを確認した(第5章)。また、スーパーと直売所の競争が激しい地域では、消費者は、少量パック販売や午後の品揃え充実などのスーパーで実施しているような販売方法を直売所にも望んでいることを明らかにした(第6章)。

以上の分析から終章では、産地マーケティングの展開方向について考察した。今日の産地マーケティングにおいては、スーパーや生協、直売所といった販売チャネルの一般的な特徴を考慮するだけでは不十分であり、さらにもう一步踏み込んで、自産地の商品が販売されている具体的な場面を想定し、それがどのような条件下にあり、また、そこで消費者がどのような購買行動をとるかを具体的に把握すること、そしてそれをふまえたマーケティングの構築が重要である。

このように本書では、小売店頭における表示問題、生協産直での取引に関する問題、直売所における販売改善に関する問題など、青果物産地においてその解決が急務となっている今日的課題を取り上げそこでの消費者行動を明らかにしている。そのため、青果物産地が具体的なマーケティングを実行する上で参考になると考えている。本書が普及・指導機関等の指導者、青果物産地関係者、および行政機関の方々のお役に立つことを願っている次第である。

[農林統計協会、2007年、143ページ]

## 研究者紹介



### 大室健治 (おおむろ けんじ)

中央農業総合研究センター・農業経営研究チーム・研究員

埼玉県出身 東京農業大学大学院博士後期課程修了 博士(国際バイオビジネス学)

主な論文「農業経営における会計情報の活用実態とその規定要因」農業経営研究46巻1号

私は、平成19年4月に中央農業総合研究センターに採用になり、農業経営研究チームに配属されて1年が経過しました。同年3月までは、東京農業大学大学院農学研究科国際バイオビジネス学専攻博士後期課程において、農業会計システムの構造と機能に関する研究に取り組んでいました。大学院生のときには、研究の遂行に当たって指導教授との一対一のコミュニケーションが非常に重要なものでした。しかし、当チームに配属後、研究計画の策定や調査・分析の実施、新たな課題の抽出などに際して、複数のチーム員と意見交換しながら進めていくことの大切さや難しさを、今日に至って少しずつ実感し始めているところです。

私に取り組んできた農業会計研究において、これまでの中心的な論点の一つに、「農業経営に適した簿記様式とはいかなるものか」がありました。しかし、近年では法人経営の増加傾向がみられ、これらの法人経営や認定農業者の多くは複式簿記を採用しています。このことは、簿記様式論よりも、簿記の結果をいかに活用するかに関する議論を深めていくことの必要性を示しています。特に、複式簿記の結果として作成される財務諸表（貸借対照表、損益計算書）は、税務申告のために活用するだけでなく、経営改善に向けた経営者の様々な意思決定の判断材料として活用していくことが重要です。

以上のような問題意識に基づき、農業経営研究チームにおける私の課題として、農業経営者の財務管理の実態把握を踏まえつつ、農業経営に固有な会計情報の活用方策を提示す

ることを設定しました。また、当チームの重要な課題の一つに、「経営計画・販売管理・財務分析を統合した経営意思決定支援システムの開発」があり、現在、私はこの課題の財務分析を分担しています。将来的には、経営者の会計情報の活用実態を踏まえた実践的な財務分析手法を、この経営意思決定支援システムに組み込むことも私の大きな課題の一つだと考えています。

これらの課題の遂行に向けて、平成19年度は、北海道の大規模畑作経営、静岡県の子茶経営、熊本県の肉用牛経営、茨城県の水田作経営の経営者を対象に調査・分析を行いました。その結果、これらの事例においては、一般の財務分析指標を活用するのではなく、個々の経営者における独自の判断に基づいた会計情報の活用と財務意思決定が行われていることを明らかにしました。

今後は、企業的農業経営者における会計情報の活用実態の把握を進めていくとともに、経営類型別の財務管理の特徴点の抽出やそれらの規定要因の解析を行っていきます。そして、以上の分析結果に基づいて、農業経営に固有な会計情報の活用方策や財務管理の構造を解明し、それらの成果を組み込んだ実践的な経営意思決定支援システムを開発・改良していきたいと考えています。

最後になりますが、今後とも、多くの農業経営者、普及指導員、経営研究者の方々との議論を通して、わが国の農業経営の発展に貢献し得る成果を一つでも多く出していただければと思っております。

〈本号で紹介した著作〉



NEXT ISSUE



- 成果紹介  
傾斜地形に対応した夏秋トマト養液栽培体系の経済性  
畑地型酪農におけるメドウフェスクを用いた集約放牧の導入効果
- 現地便り  
JA筑前あさくらにおけるオーダーメイドの米販売
- 技術情報  
水稻の鉄コーティング湛水直播栽培
- 用語解説  
平張型傾斜ハウス
- 政策情報  
農業経営基盤準備金の創設
- 研究の広場  
2005年センサスにみる農業労働力の変化 他

農業経営通信 第235号(年4回発行 昭和26年10月1日創刊)

平成20年4月1日 印刷・発行

発行者 中央農業総合研究センター 農業経営通信編集事務局 編集代表 増淵隆一

〒305-8666 茨城県つくば市観音台3-1-1 mail:kei208@affrc.go.jp



### 交通機関

#### 鉄道&路線バス

- JR常磐線 牛久駅  
路線バス:牛久駅西駅から関東鉄道バス、「つくばセンター」「筑波大学病院」「谷田部車庫」「生物研大わし」ゆきのいずれかに乗車(約20分)→「農林団地中央」下車→徒歩約5分
- つくばエクスプレス みどりの駅  
シャトルバス(平日のみ)みどりの駅から関東鉄道バス「谷田部車庫・農林団地中央・榎戸」に乗車(約15分)→「農林団地中央」下車→徒歩(約5分)

#### 自動車

- 自動車  
常磐自動車道 谷田部I.Cより約5km  
圏央道 つくば牛久I.Cより約4km



〒305-8666 茨城県つくば市観音台3-1-1  
TEL.029-838-8481 FAX.029-838-8484 <http://narc.affrc.go.jp>