




Q&Aで学ぶ 農業者訪問のキホン

解説
特定非営利活動法人
日本プロ農業総合支援機構(J-PAO)

農業者を訪問する際に押さえておきたい
基本的な知識や対応方法を、
Q&A形式で解説する。

Q1

農業者の訪問先は どうやって探して 選べばいいの?



A

地域の業界団体や既存先から 農業者の紹介を受ける

まず、地域における農業の特徴をつかむことが重要だ。やみくもに訪問先を探しても非効率である。地域における農業の特徴を俯瞰的に捉え、地域農業に効率的に関与していくことが大切だといえる。

☑ 生産農業所得統計から
方法としてはいくつかあるが、例えば農林水産省が毎年公表している「生産農業所得統計」を活用してみるのはどうだろうか(今年4月28日に平成27年生産農業所得統計の確報がホームページにて公表された)。

この生産農業所得統計では、都道府県別、地域別の農業産出額等が公表されており、地域における農業の全体像を農業産出額ベースでつかむことができる。品目別の農業産出額も公表しているため、地域において何が主力品目なのか、またその品目は日本全体ではどこに位置付けられるのかといった情報も把握できる。

☑ 農林業センサスから

農家戸数、作付面積等の情報を捕捉したい場合は、農林水産省が公表している「2015農林業センサス」がおすすめだ。この統計データを見れば、農業経営体や作付面積ベースでの地域における農業の全体像をつかむことができるため、地域にどのような農業経営体が多いのかを品目別に把握できる。同じ都道府県でも、北部と南部では気象条件等の違いから作付品目が異なる場合もあるため、注意が必要だ。

なお、都道府県(の農政部等)が地域の農業についてまとめたものを公表している場合もあるの、業務の参考にしてほしい。

☑ 外部組織の活用
地域における農業の特徴を捉えた後は、地域の主力品目について関係団体から情報を収集するとよい。例えば、地域の生産者で構成される業界団体と情報交換をすることで、地域の有力者(キーパー

ソン)とつながる可能性がある。地域の有力者と人脈ができれば、その業界のいろいろな農業者を紹介してもらえる可能性があり、訪問先が広がるのが期待される。関係団体には例えば、稲作や養豚といった業種ごとに組織されたものと、農業法人や6次産業化といったことを切り口に業種横断的に組織されたものがある。インターネットで県名や業種、団体といったキーワードで検索をかければ容易に探し出せるはずだ。また、農業法人であれば、各都道府県に組織されている農業法人協会が有名である。こちらもインターネットで確認可能だ。

日本政策金融公庫農林水産事業(以下、日本公庫)と連携するという方法もある。詳細は「民間金融機関による公庫の機能活用のポイント(32頁)」に譲るが、日本公庫は、民間金融機関と連携・協調して融資するスキーム作りを重点的に取り組んでいるところである。成長戦略分野等の中でも、農林漁業など民間金融機関から連携をより求められる分野におい

POINT

- まずは農水省の統計から地域の農業の全体像をつかもう
- 自行庫の取引先から、系統外に出荷している事業者を辿る方法も

☑ 既存先からの紹介
最後に流通面に着目したアプローチ法を紹介したい。農業者は農協(系統)に全量出荷していると思っている人もいるかもしれないが、実際は当然ながら系統外に出荷している農業者もいる。

中でも特に、食品製造業、小売業、飲食店等に出荷している農業者に対しては、流通面からアプローチが期待できる。

例えば、有機農法で栽培された野菜は、大量出荷には向いていないことが多く、またロットの面から、卸売業者等よりもこだわりの食材を売りにした飲食店と取引をしている場合がある。飲食店にアプローチすれば、特徴のある栽培を実践している農業者を紹介してもらえる可能性が出てくる。

結果的に紹介してもらった農業者の支援にまで結び付けば、取引先(飲食店等)にとっても仕入先の安定化につながるため、まさに「WIN-WIN」の関係といえるだろう。