

食品産業の農業参入について

調査要領

調査時点 平成22年7月1日

調査方法 郵送により調査票を配付し、郵送又はファックスにより回収

【調査対象企業】

当公庫取引先を含む食品関係企業 6,824社
回答先数 2,568社（回答率：37.6%）

《内訳》	食品製造業	1,579社
	食品卸売業	659社
	食品小売業	270社
	飲食店	60社

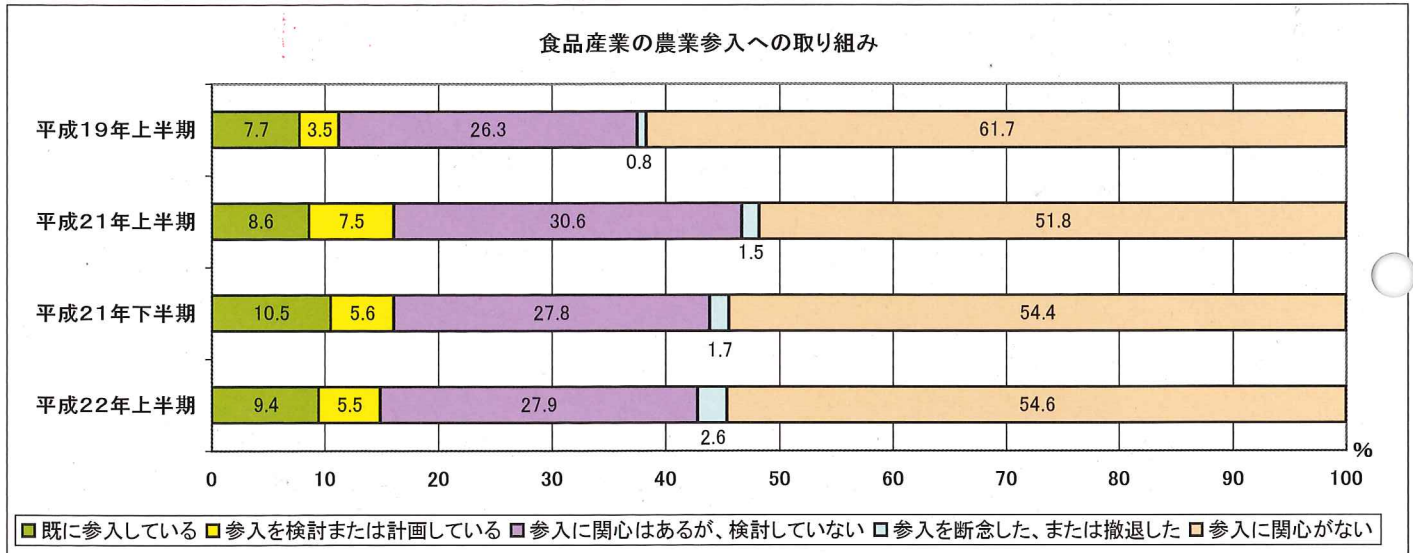


平成22年8月

1 農業参入への取組みについて

- 日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業が実施した平成22年上半期食品産業動向調査で、食品産業（製造業、卸売業、小売業、飲食店）からの農業参入の割合は、これまで参入拡大の傾向にあった過去の調査結果に比べ、今回初めて1.1ポイントの減少となりました。
- 過去3回の調査では、農業に「参入している」と回答した企業の割合が、それぞれ7.7%（平成19年上半期）、8.6%（21年上半期）、10.5%（21年下半期）と拡大してきましたが、今回の調査では9.4%と1.1ポイント減少しました。
- また、「検討・計画している」「関心はある」と回答した参入予備軍とも言える企業の割合は、前回の21年下半期調査と同じ33.4%と変化がありませんでしたが、一方で、「参入を断念または撤退した」との企業の割合が1.7%から2.6%となりました。
- これらから、食品産業からの農業参入がやや足踏み状態であることがわかります。

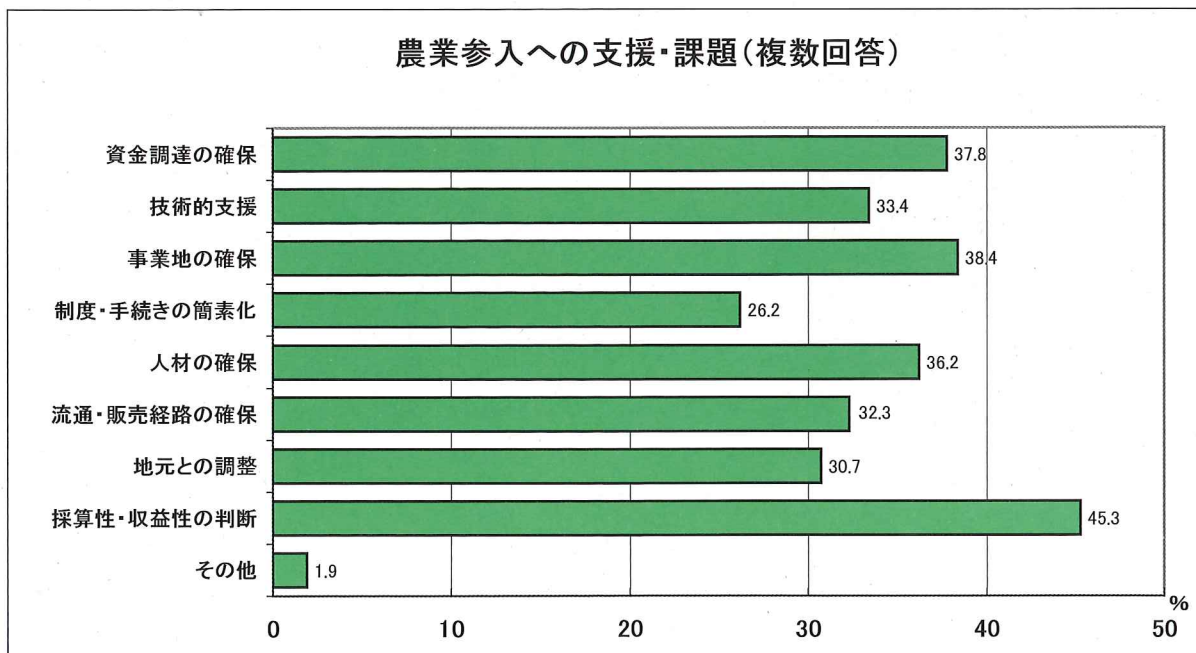
食品産業の農業参入割合が調査初の1.1ポイント減少に



2 農業参入への支援・課題について

- 「参入している」「検討・計画している」と回答した企業のうち、農業参入に必要な支援、課題は何かとの質問（複数回答）に、「採算性、収益性の判断」と答えた企業の割合が45.3%と最も多く、次いで「事業地（農地）の確保」（38.4%）、「資金調達の確保」（37.8%）と続きました。
- 食品産業など異業種企業からの農業参入の促進には、採算性・収益性の判断などを含めた初期の財政的な支援が大きなポイントになってきています。

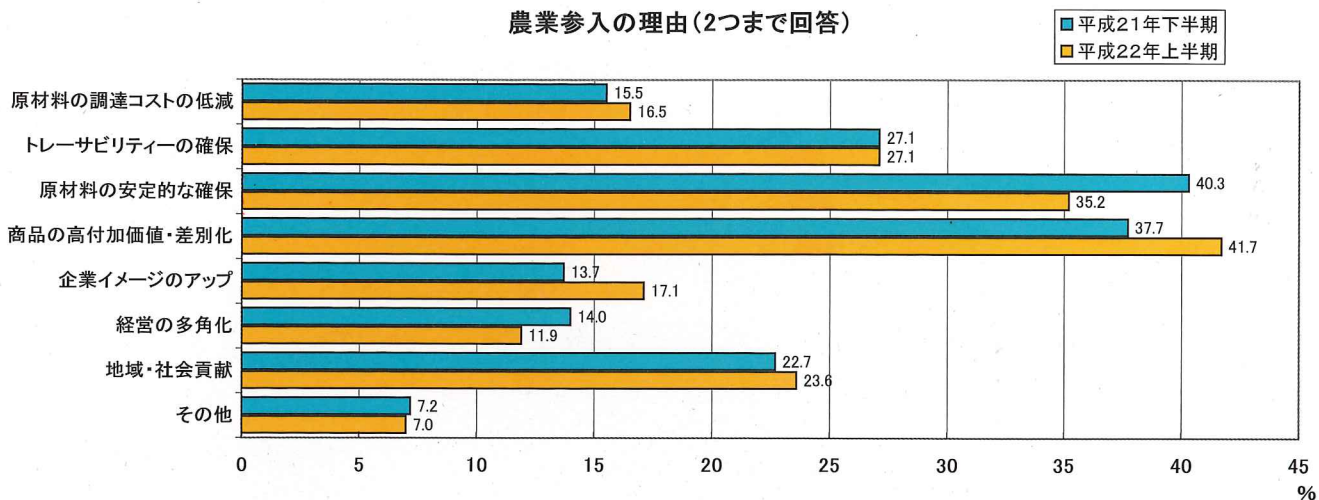
農業参入には採算性・収益性の判断が大きな障壁に



3 農業参入の理由について

- 農業への参入理由（2つまで回答）については、今回調査では「商品の高付加価値・差別化」が41.7%と最も多く、「原材料の安定的な確保」（35.2%）と経営的メリットが大きいと判断しており、前回の21年下半期調査と同様の結果となっています。
- 一方で、「原材料の調達コストの低減」（16.5%）よりも「トレーサビリティの確保」（27.1%）や農地の保全など「地域・社会への貢献」（23.6%）を重視しているところは、食や企業に対する安全・安心といった消費者マインドを強く意識していることがうかがえます。

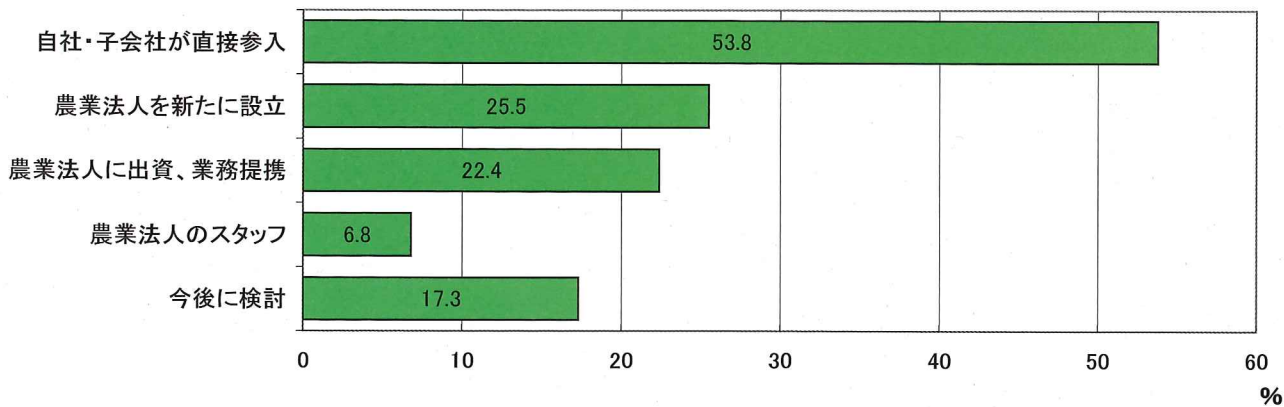
農業参入の理由(2つまで回答)



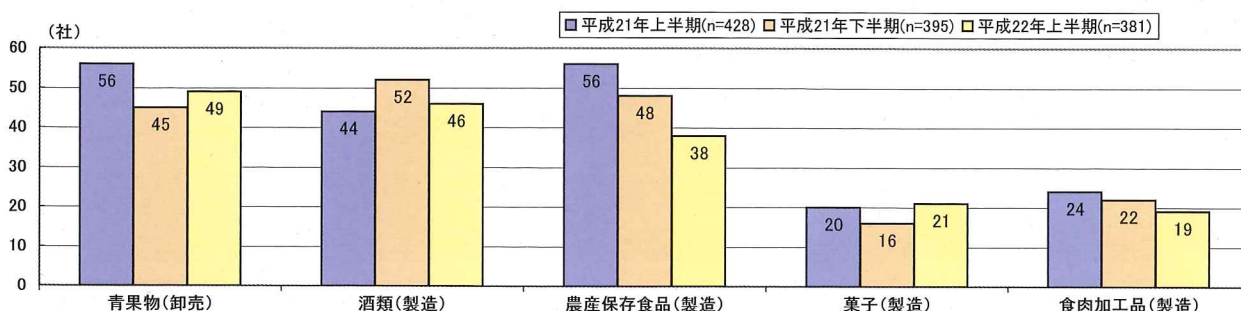
4 農業参入の方法、形態について

- 農業参入の方法、形態（複数回答）については、「自社・子会社が直接参入」と答えた企業の割合が53.8%と最も多く、次の「農業法人を新たに設立」（25.5%）、「農業法人に出資、業務提携」（22.4%）と比べて2倍以上の割合となっています。
- 昨年12月に施行された改正農地法により、農業生産法人以外の一般企業にも農地の貸借が可能になったことが食品産業などの異業種からの農業参入の方法、形態に反映してきている結果となっています。
- また、参入業種（計画含む）の上位は、青果物（卸売業）、酒類（製造業）、農産保存食品（製造業）、菓子（製造業）、食肉加工品（製造業）となっており大きな変化はありません。

農業参入の方法、形態(複数回答)



「参入」「計画・検討」している上位業種の企業数



この調査のお問い合わせは、日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報戦略部 03-3270-3151までお願いします。