

農業法人経営における農業資材等高騰の影響について

(社)日本農業法人協会
競争力強化研究部会

日本農業法人協会では、農業資材となる燃油・飼料・肥料等の高騰による農業法人への具体的な影響について実態を把握するため、全会員へのアンケート調査を行うとともに、アンケート調査の回答について営農類系ごとの影響の特徴を鮮明にするため、回答者のうち 19 会員に対し聞き取り調査を行った。

調査概要

1 アンケート調査

対象：(社)日本農業法人協会会員（農業法人及び法人化志向農業者）1,728 会員
方法：郵送留置法
期間：平成 20 年 6 月 25 日～9 月 10 日
回答：712 会員（回収率 41.2%）

2 聞き取り調査

対象：上記 1 の回答者のうち 16 会員
方法：電話調査法
期間：平成 20 年 10 月 20 日～10 月 24 日

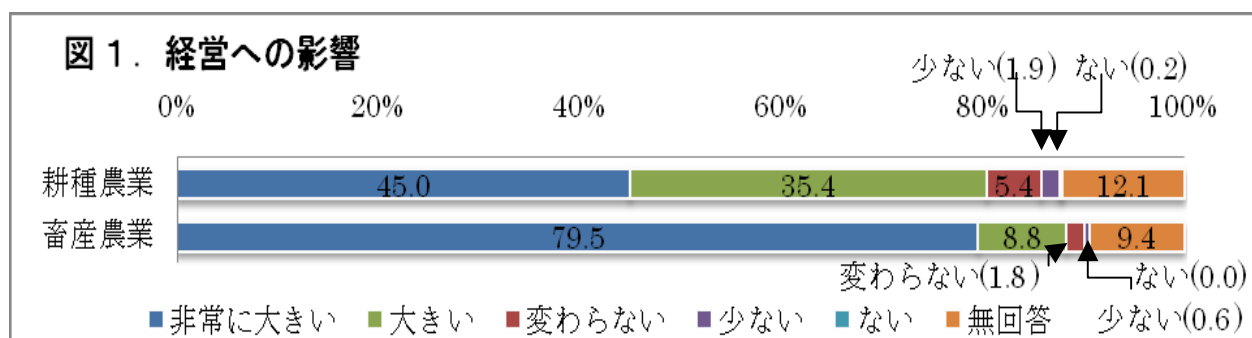
アンケート調査結果

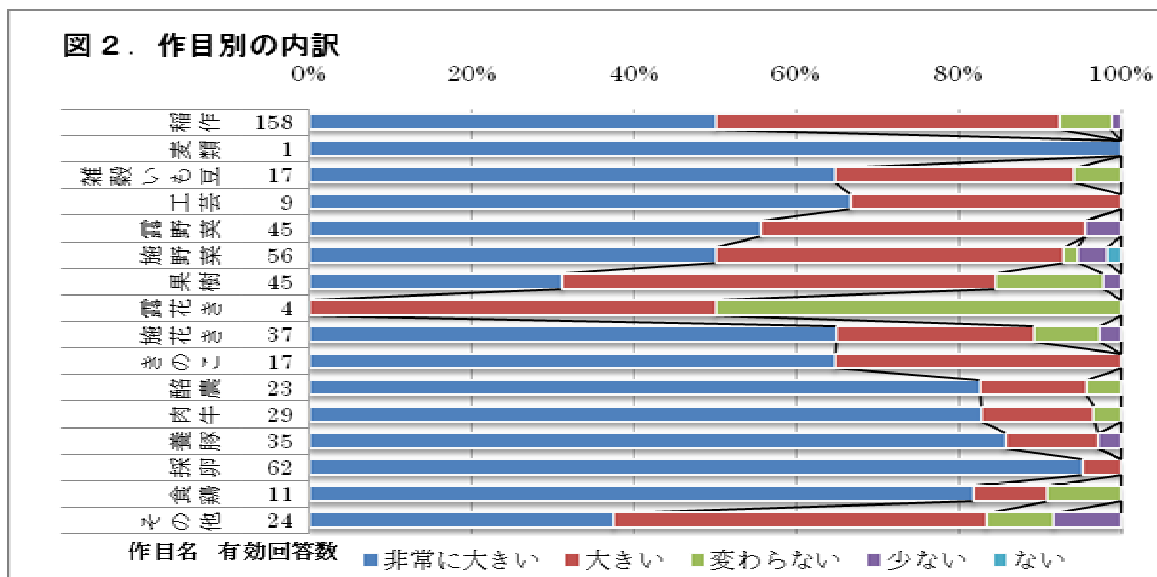
1 農業資材等高騰の影響について

燃油・飼料・肥料等の高騰の影響は、会員全体で「非常に大きい」又は「大きい」が 81.0% を占めている。一方で「少ない」又は「ない」が 2.4%との結果であった。

主たる農業生産の内訳をみると、耕種農業(有効回答 389 社)の「非常に大きい」が 45.0% に対し、畜産農業(同 160 社)において「非常に大きい」が 79.5%であることは目をひく。また、耕種農業では「少ない」1.9%、「ない」0.2%という回答も得た。(図 1・2)

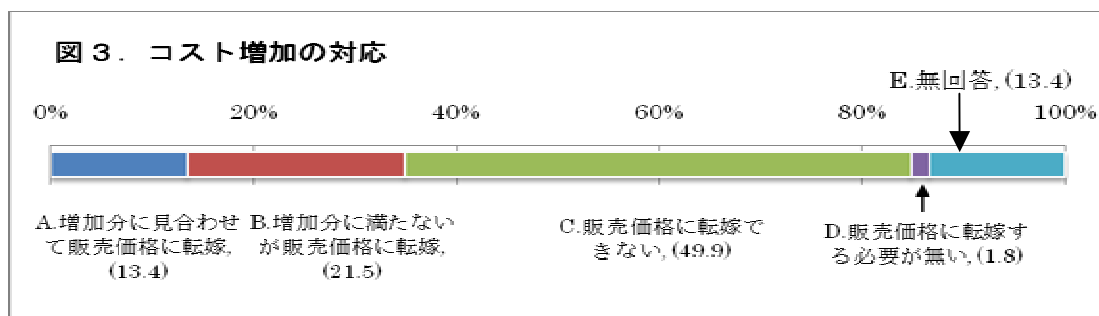
畜産に比べ耕種に影響が少ない原因としては、コスト構造の違いが反映されたものとも考えられる。特に施設園芸では、これから暖房費が必要な季節を迎える。このため、燃油等の高騰の影響が拡大することが予想される。





2 コスト増加の対応について

当協会でも販売価格の決定権を農業者が持つことの必要性を強くうち出してきたが、「増加分に満たないが販売価格に転嫁」21.5%と「販売価格に転嫁できない」49.9%を合わせて、コスト全額を転嫁できない経営が71.4%を占めている(図3)。値上げが必要だが踏み切れない、いかに販売価格に転嫁できるかという悩みを抱え、我慢の経営を強いられている状況が窺える。

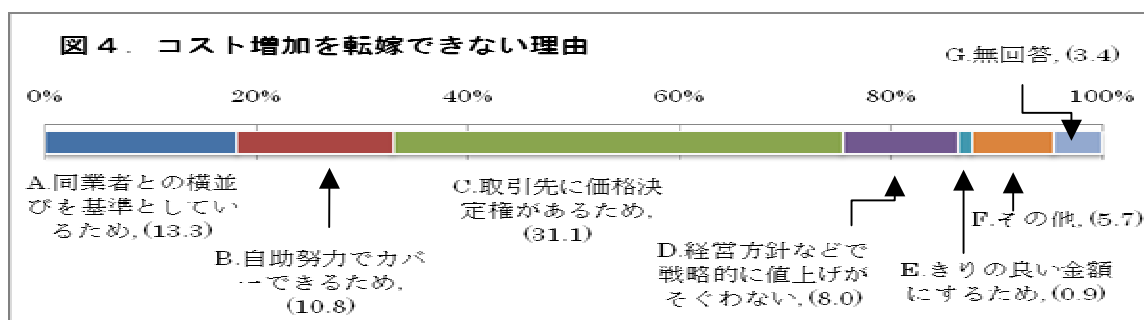


3 コスト増加を転嫁できない理由

次にコスト増加を十分に転嫁できない理由をみると、「取引先に価格決定権があるため」が31.1%と多く、「同業者との横並びを基準としているため」13.3%、「自助努力でカバーできるため」10.8%と続く(図4)。上位2つの理由は、独自に価格決定できないことを示していると考えられる。

なお、農畜産物の販路についても設問している。この結果と「コストを転嫁できない理由」との関連性をみると、主に市場で価格が決定される「農協系統」や、「市場」、「問屋・卸」を販路に持つ経営が「販売先に価格決定権がある」と回答する傾向が強い。

一方、「消費者」や「問屋・卸」に販路を持つ経営体は、「同業者との横並びを基準としているため」「自助努力でカバーできるため」と回答する傾向が強い。



聞き取り調査

1 燃油等価格高騰に伴う現在の経営への影響の解消方法等について

耕種農業では、全体的に経営への影響は見られるものの、販売方法やブランド力などの自社の強みを活かし、コスト増加分を販売価格へ転嫁するなどの自助努力により影響を吸収している経営が多い。

畜産農業では、コスト全体に占める割合の高い飼料価格の高騰による影響が大きい。酪農は飼料の一部を輸送費負担の少ない国内産にシフトするなどの対策があるが、そのほかの畜産業については補てん金以外に対策がない状況が窺える。

【耕種農業：影響あるが、対応済み】

- (水稲) 化学肥料を利用しないため肥料高騰の影響はないが、ほぼ全量を消費者に直接通信販売しているため送料・資材価格高騰の影響がある。新米の販売は、お客さんに理解を得たうえで、価格高騰分について価格転嫁している。つなぎ資金は農協から借入れした。
- (花卉) 重油をメーカー卸2社からダイレクトで仕入れることで比較的安価で購入している。ハウスや液肥等資材の共同一括購入も実施。事業計画や月次決算を行うことで対策を講じている。
- (水稲) 直接販売を行っている商品は販売価格転嫁できている。コスト削減も意識し、政府の緊急対策も使えるものがあれば対応したい。
- (施設野菜) 直接販売している地元スーパー等との四半期ごとの価格交渉において、今回の価格高騰分を転嫁した取引価格に設定した。
- (露地野菜) 前年に生産・仕入・販売計画を作成し取引先との契約をしているため、影響は少ない。また、販売先に対する価格交渉においては、「安定供給」という“ブランド”を持っているため交渉力は高い。次期以降は価格転嫁した価格での契約先を増やす方向で対応する。
- (施設野菜) 生産物がブランド化されており相場に左右されない。また、パッケージングも自社で行い、袋単位で販売契約しているためコスト増加分の調整可能。ただし100%ではない。
- (水稲・麦・大豆) 養鶏農家との連携による堆肥利用等により、ほとんど影響を受けていない。燃料高は若干の影響を受けている。

【耕種農業：影響ある。未対応(検討中)】

- (露地野菜) 肥料価格高騰の影響が大きい。既に今後一年分の肥料を仕入れ、価格高騰に対応している。出荷先(スーパー等)とは、通常はその年の作柄をみて、生産原価に見合った販売価格を決めている。しかし、今年はコスト増加分を全額価格転嫁した場合、消費が減少するため、販売先と合意の上、互いに利益を削っている状態。経営者自ら給料を減らし対応。
- (果樹・観光) コスト削減は限界に近いいため新商品開発に力を入れるつもり。
- (茶) 肥料低減は環境対策として10年前から取り組んでおり、経費削減は限界に達している。
- (カバープランツ) 資材高騰の影響が大。地方のため出荷運賃値上がりの影響が大きい。
- (果樹) 販売価格転嫁をしたいが取引先(JA)が納得しないため転嫁できない。当面の運転資金の借り入れを行い凌いでいる。肥料低減対策を利用したい。

【畜産農業：影響あるが、対応済み】

- (酪農) 耕畜連携により地元の水稲農業者の転作田から、これまで利用していた外国産の飼料よりも、安価なデントコーンの仕入れが可能となった。

【畜産農業：影響ある。(配合飼料安定基金以外)未対応】

- (肉用牛) 配合飼料安定基金により影響を緩和しているが、高騰分を全額吸収できない。
- (養豚) 配合飼料安定基金により影響を緩和しているが、影響大きいため利益を削っている。エコフィード、飼料米利用など利用は、まだ一般的ではない。

(採卵鶏) 配合飼料安定基金により影響を多少は緩和。卵価を上げると消費量が減ってしまうため、バイヤーと相談のうえで特殊卵といえども価格への転嫁はしていない。

(養豚) 販売価格は相場制のため転嫁できない。コスト削減の観点から規模拡大で対応。

2 政府の追加経済対策に対して期待する内容・対策について

耕種農業では、補助金をより利用しやすくするため、対象要件の見直しを求める意見が多かった。畜産農業では飼料の補てん金の発動を求める意見がほとんどだった。そのほか、長期的視点で抜本的な対策（市場システムの見直し、消費拡大等）を望む意見もあった。

【耕種農業：補助要件意見】

- (施設野菜) (「肥料・燃油高騰対応緊急対策事業」を受ける条件として「農家の努力」が必要なことについて、)新たに努力を行う者には支援があるが、「エコ・ファーマー」のように既に努力をしている農業者も対象とすべき。省エネ農業機械等導入への支援も同様。
- (露地野菜) 「肥料・燃油高騰対応緊急対策事業」について個別の経営でも支援対象としてほしい。周りの経営者に声をかけているが、「事務が面倒、経営規模が小さいため支援金額も少額」との理由で同意しない。支援を受けるのは結局農協関係になってしまう。
- (茶) 既存の乾燥機に予備加熱の機材を試験導入するが、このような設備投資にも支援してほしい。耕畜連携による堆肥投入を進めるには機械導入への支援も必要。
- (カバープランツ) (コスト削減につながる)規模拡大に必要な資金に対する補てん、及び高騰する出荷費に対する補てんが必要。
- (水稲・麦・大豆) 生産物の販売価格を下支えする補助制度がほしい。

【耕種農業：長期的視点の意見】

- (水稲) 抜本的な見直しが必要。現在は政府による規制緩和の流れの中で、農産物も市場原理に任せた価格競争にさらされている。農業者が適正な価格（生産物を再生産可能な価格）で販売できず、農業全体が衰退している。抜本的な施策の見直しにより適正な価格で販売できる市場システム・ルール作りをし、農業全体の底上げが必要。
- (露地野菜) 農業経営を家族に例えると祖父の行う経営に対し国は力を入れ過ぎである。もっと父、孫への支援を行って欲しい。未来の農業者のために。
- (果樹・観光) 経営者、特に新規就農者や若年経営者に対する販売・流通に関するマーケティングコーディネータ派遣等のソフト対策を望む。補助事業や所得補てんでは効果は短期的。
- (果樹) 生産者に対する施策よりも農業資材価格を下げる施策がほしい。国産の食料・原料加工品のPRに力を入れてほしい。

【畜産農業】

- (肉用牛) 肉用牛肥育経営安定対策事業（マルキン事業）の発動に期待する。
- (養豚) 補てん金の発動ルールの変更。
- (養豚) 生産者に対する対策では短期的で効果が薄い。飼料価格は年明けに向けて下がる見通しなので、景気対策に注力する方が効果的。消費拡大により売上増加につながるはず。



社団法人日本農業法人協会 <http://www.hojin.or.jp>

政策課 城間・岸本

TEL : 03-6268-9500 FAX : 03-3237-6811

農業を強い産業へ!