

第2回 農業におけるコスト高騰緊急アンケート



概要

- 調査期間 : 2022年11月19日(土)～2022年12月2日(金) (14日間)
調査対象 : 公益社団法人日本農業法人協会正会員
調査方法 : WEB 又は FAX による回答
調査目的 : 農業生産現場におけるコスト高騰による農業経営への影響把握
有効回答 : 460先 (回答率: 22.1%/調査対象先数 2,082先)

目次

■ 回答先概要

1. 回答先概要① (地域・業種・売上規模)
2. 回答先概要② (主な販売先)

■ 農業経営をとりまく現状

3. 生産に係る経費の状況 (2021年10月比)
4. 販売価格の状況① (全体・業種別)
5. 販売価格の状況② (販売先別)
6. 販売価格の状況③ (状況変化/5月→11月)
7. 価格転嫁を実現した状況① (要因・努力)
8. 価格転嫁を実現した状況② (値上げ率など)
9. 【参考】価格転嫁を実現した具体例

10. 値上げできない状況① (要因など)
11. 値上げできない状況② (価格改定期間など)
12. 今後の意向と課題① (利益率の現実と理想)
13. 今後の意向と課題② (価格の意向と仕組み)
14. 今後の意向と課題③ (周辺農家の動き)

■ 持続的な需要に応じた生産に向けた取組み

15. 生産資材① (国産資材の活用状況など)
16. 生産資材② (安定的な入手に向けた課題)
17. 需要に応じた生産への意向
18. 輸出の取組み意向

※ 図表中の割合の合計は、四捨五入の関係で100%にならない場合がある。
※ 図中表のNIは、有効回答数を示している。

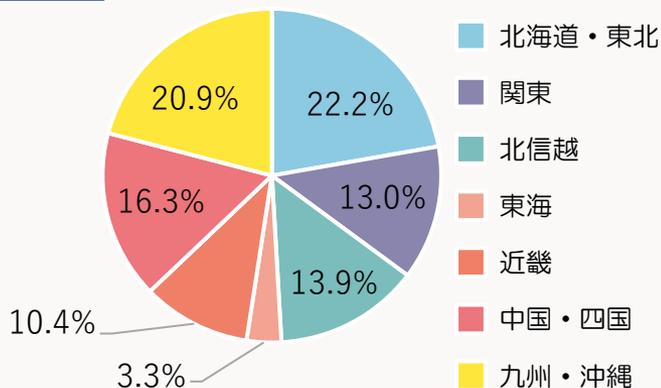
1

回答先概要①（地域・業種・売上規模）

- 地域は、「北海道・東北」が22.2%、「九州・沖縄」が20.9%、「中国・四国」が16.3%。
- 業種は、「稲作」が32.4%、「野菜」が32.0%、「畜産」が18.9%。
- 売上規模は、「1億円以上」の先が52.1%。

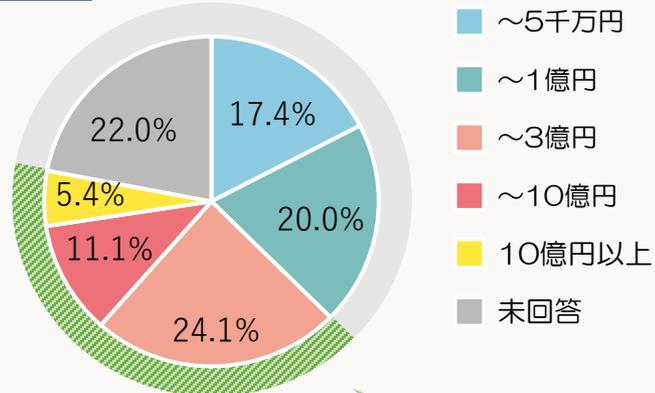
地域

(N=460)



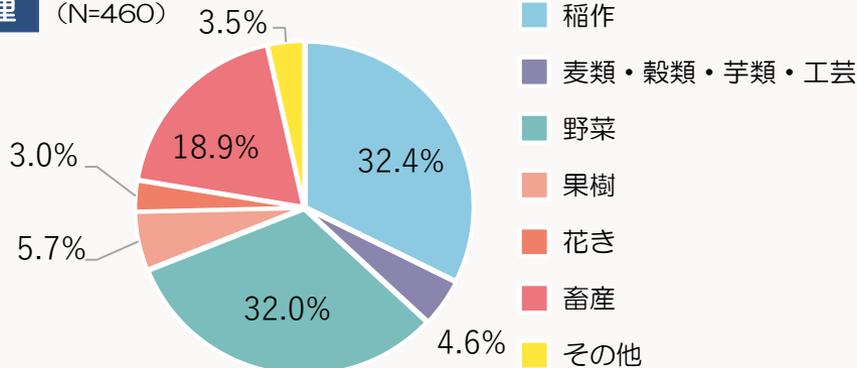
売上規模

(N=460)



業種

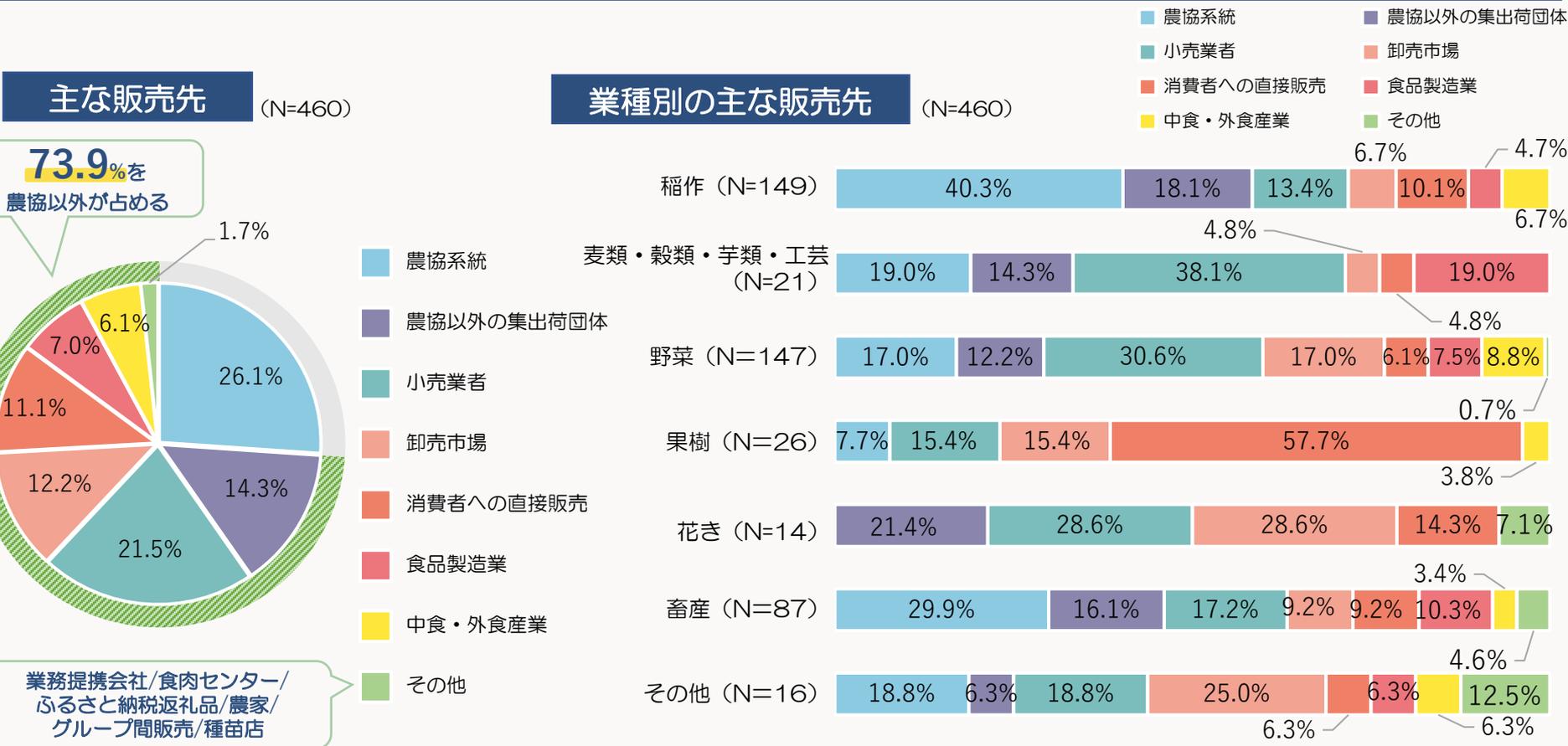
(N=460)



52.1%が1億円以上
(未回答を除く)

2 回答先概要② (主な販売先)

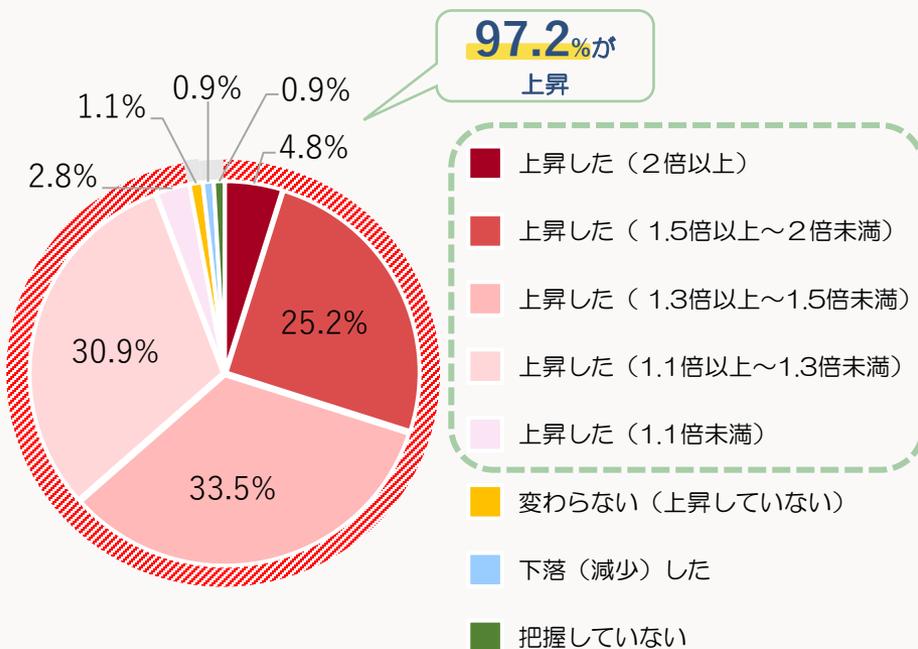
- 主な販売先は、小売業者や卸売市場など「農協系統以外」の先が73.9%。
- 業種別では、稲作は「農協系統」40.3%、果樹は「消費者への直接販売」57.7%と業種により、主な販売先が異なる。



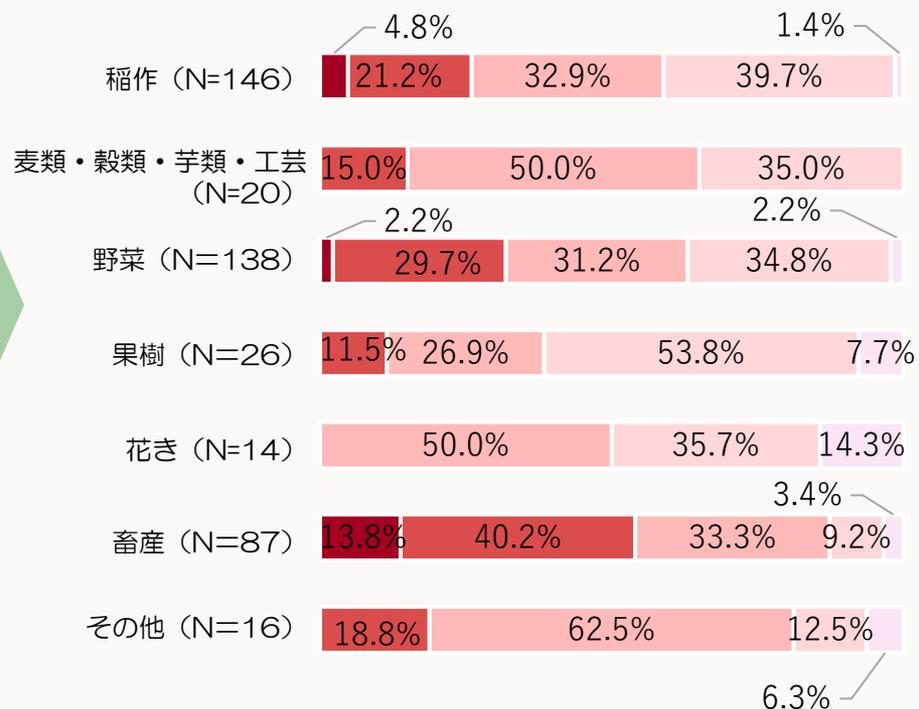
3 生産に係る経費の状況（2021年10月比）

- 経費は2021年10月比で「上昇した」と97.2%が回答。
- ほとんどの先で昨年よりも一層、コスト高騰の影響を受けていることが明らかになった。
- 業種別では、畜産において「1.5倍以上経費が上昇した」と回答した先が54.0%を占める。

経費の変化（2021年10月比） (N=460)

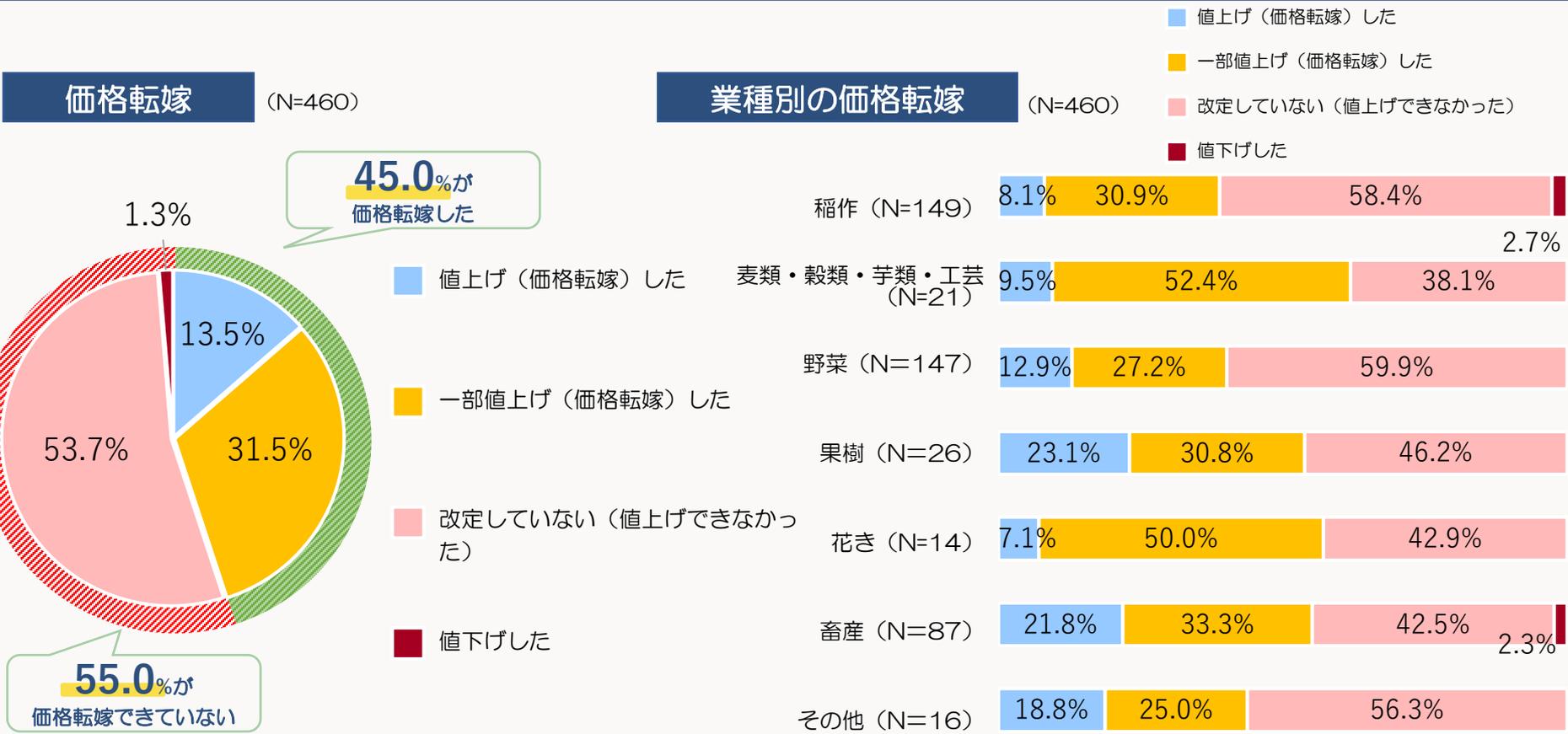


業種別経費の変化（上昇のみ） (N=447)



4 販売価格の状況①（全体・業種別）

- コスト高騰を受け「価格転嫁した」は45.0%。5月の前回調査（28.7%）から16.3ポイント上昇。
- 一方、「改定していない」「値下げした」先は55.0%で、販売価格にコスト上昇分を上乗せできていない。
- 業種別では、「値上げ（価格転嫁）した」割合が多かったのは、「果樹」の23.1%、「畜産」の21.8%。



5 販売価格の状況②（販売先別）

- 「値上げ（価格転嫁）した」割合が高いのは、自社の裁量で販売価格を決めることができる「消費者への直接販売」で25.5%と最も高い。次いで、関係が密接な業務提携会社やグループ間販売などの「その他」25.0%。
- 「改定していない（値上げできなかった）」割合が最も高かったのが「農協系統」で70.0%。

販売先別の価格転嫁状況

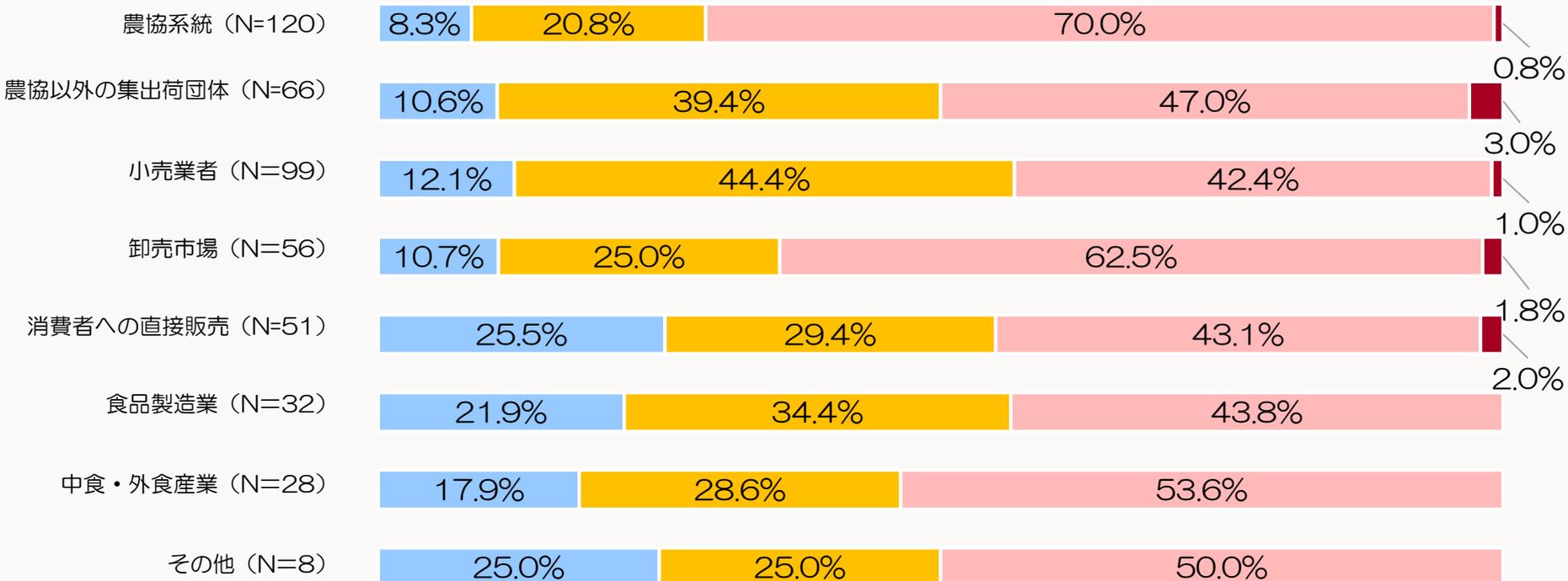
(N=460)

■ 値上げ（価格転嫁）した

■ 一部値上げ（価格転嫁）した

■ 改定していない（値上げできなかった）

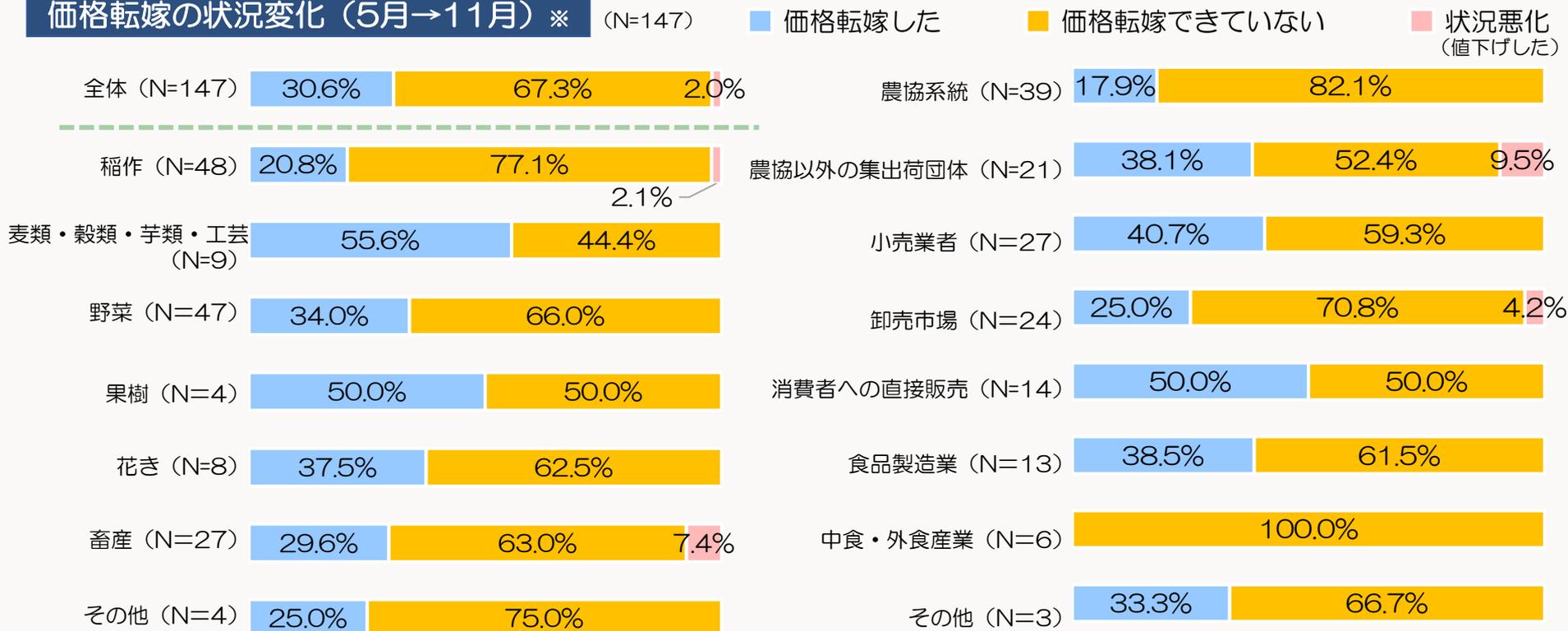
■ 値下げした



6 販売価格の状況③ (状況変化/5月→11月)

- 前回5月の調査で、コスト高騰に伴う「価格転嫁」を「できなかった」と回答した先（147先）のうち、今回の調査では、30.6%が「価格転嫁した」と回答。
- 「価格転嫁した」割合が最も高いのは、「麦類・穀類・芋類・工芸」で55.6%、次いで「果樹」の50.0%。
- 出荷先別で「価格転嫁した」割合が高いのは「消費者への直接販売」50.0%、「小売業者」40.7%。

価格転嫁の状況変化 (5月→11月) ※ (N=147)



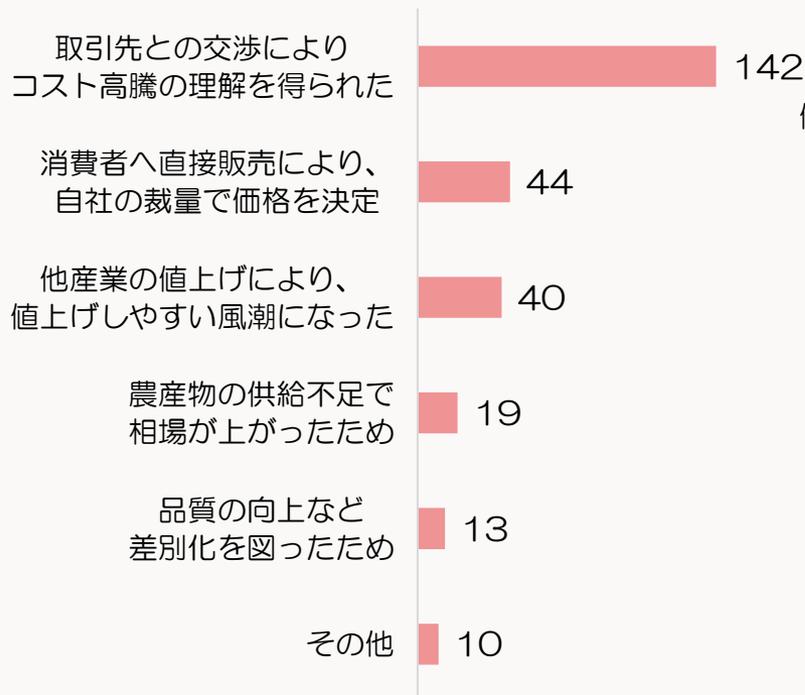
※ 2022年5月「コスト高騰緊急アンケート」及び本アンケートに連続で回答した先のみを集計。

7 価格転嫁を実現した状況①（要因・努力）

- 価格転嫁できた要因は、「取引先との交渉によりコスト高騰の理解を得られた」が142先で最多。次いで「消費者への直接販売のため、自社の裁量で販売価格を決めることができた」が44先。
- 価格転嫁に向けた努力は、「日頃から交渉相手と情報を密に共有している」が101先で最多。次いで「値上げ交渉時に客観的な数値や資料により具体的に交渉している」が94先。
- 取引相手への客観的・具体的な事実に基づく情報の提供が価格転嫁に向けたカギと考えられる。

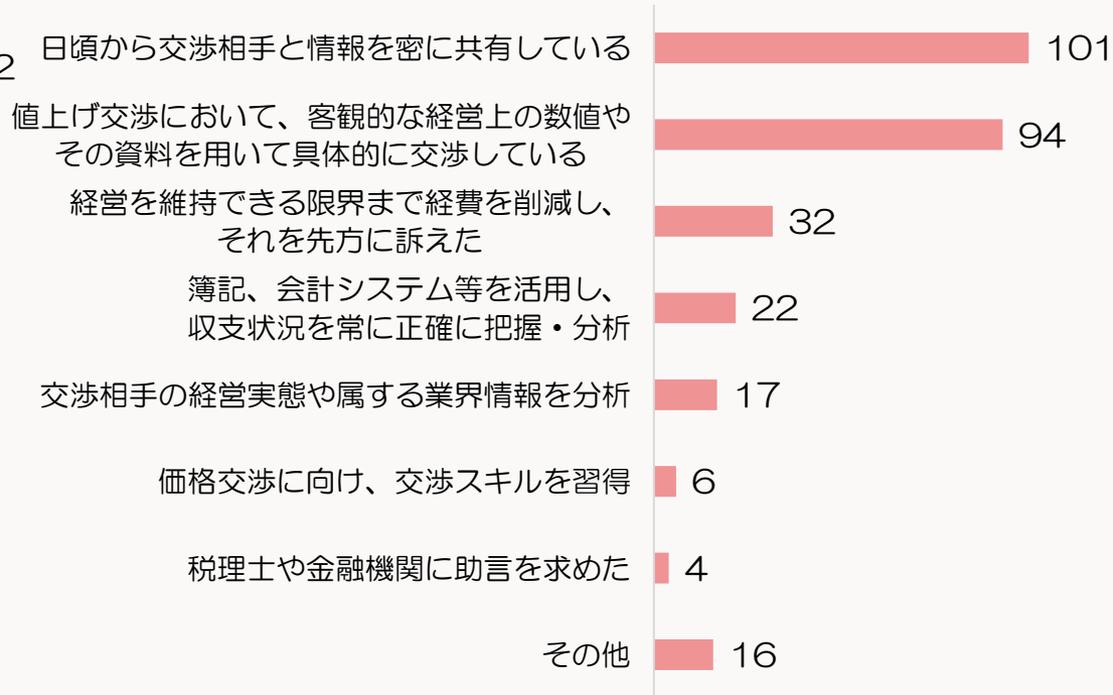
価格転嫁できた要因

（複数回答・N=207）



価格転嫁に向けた努力

（複数回答・N=207）

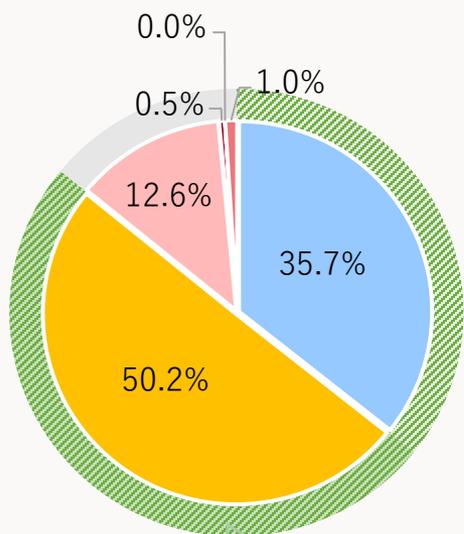


8 価格転嫁を実現した状況②（値上げ率など）

- 販売価格を値上げした先のうち、値上げ率は「5%以上～10%未満」が50.2%と最多。これを含め、「10%未満」と回答した先は85.9%。
- 販売価格を値上げするも、コスト上昇分のカバー率は「0%～5%未満」が24.6%と最多。
- コスト上昇分をカバーできていない先は88.9%となっており、約9割の先で販売価格の値上げが不十分。

値上げ率

(N=207)

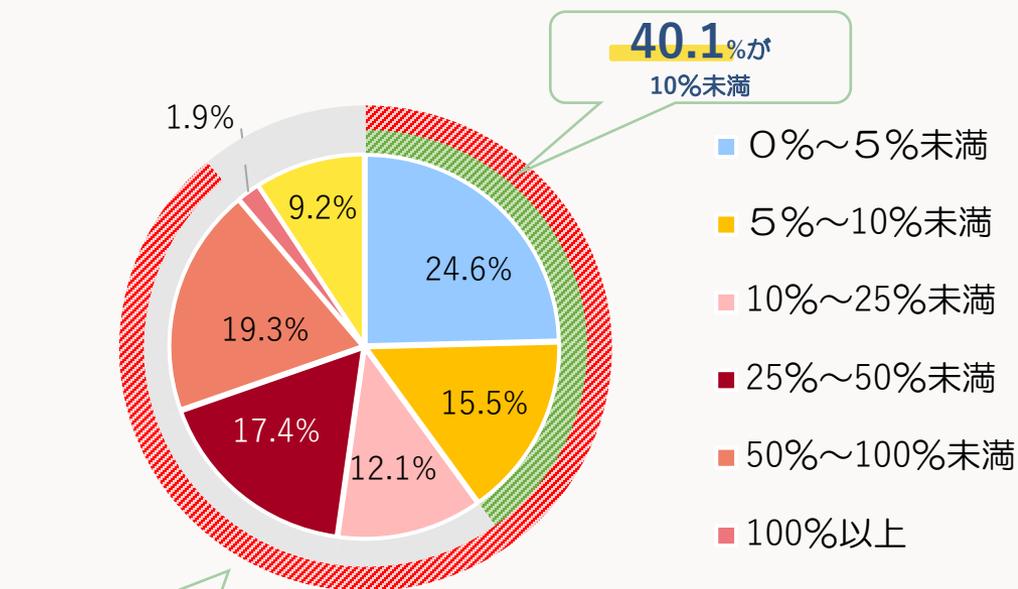


85.9%が
10%未満

- 0%超～5%未満
- 5%以上～10%未満
- 10%以上～25%未満
- 25%以上～50%未満
- 50%以上～
- 未回答

コスト上昇分のカバー率

(N=207)



40.1%が
10%未満

88.9%が
コスト上昇分をカバーできていない

- 0%～5%未満
- 5%～10%未満
- 10%～25%未満
- 25%～50%未満
- 50%～100%未満
- 100%以上
- わからない

- 価格転嫁できた法人では、販売先に対し、具体的なコスト上昇に係る資料や数値を用いて生産現場の状況や経営努力を説明。また、自発的に産地情報や業界動向を伝えたり、欠品しないなどの強固な信頼関係を構築。
- 価格転嫁の中、コスト低減や商品価値向上の取組みにも注力。
- 交渉においては書籍で学んだ知識・ノウハウを活用したり、社長が交渉のコツを営業職員に丁寧に指導。

A法人（露地野菜）

売上高：5千万円以上～1億円未満

主な販売先：中食・外食産業

値上げ率：10%以上～25%未満

※年間契約でも期中の価格改定を実現（9社／10社）

【値上げできた要因】

- 肥料や農業資材の値上がり状況を具体的な数値を用いて取引先に対し説明し、コスト高騰の理解を得られた。

【値上げに向けた取組み・努力】

日常

- 産地の生育状況や納品見込みなどを自発的に販売先に対して情報発信。
- 販売先からの要請がなくても、週1回以上、先方の在庫状況を確認する等、欠品ゼロに向け、きめ細かな対応を実施。
- ビジネス書籍から得た知識・情報を活かし、エビデンスに基づいた粘り強い交渉で価格転嫁を実現。

高騰下

- コスト高騰を受け、耕畜連携の取組みを強化。化成肥料の使用量を削減し、有機肥料の割合を増やすことでコスト低減を実現。

B法人（養豚）

売上高：1億円以上

主な販売先：生協・食品小売業者

値上げ率：5%以上～10%未満

【値上げできた要因】

- 2020年と2022年の飼料メーカーとの取引資料を用いて、飼料代の値上がり状況などを販売先に説明し、理解を求めた。

【値上げに向けた取組み・努力】

日常

- 養豚業界を取り巻く環境やその変化をバイヤーに常時共有。
- 社長自ら、若手の営業職員とともにバイヤーを訪問し、交渉のコツを丁寧に指導。
- 飼料の種類（非遺伝子組換え飼料など）や加工品の製造方法を差別化。商品価値の向上に繋がり、販売量の減少なく価格転嫁を実現。

高騰下

- 高騰する輸入飼料を飼料用米に変更することに加え、さらなるコスト低減に向け、購入先の見直しを検討。

10 値上げできない状況①（要因など）

- 価格転嫁できなかった理由は、「無条件委託販売としているため」が74先と最多。次いで「年間契約（事前契約）であり、期中改定ができない」60先が続く。
- 値上げを受け入れないと感じる先は、「集出荷段階」が63先で最多。

価格転嫁できなかった要因

（複数回答・N=253）



需給で価格が決定してしまうため / 一度値上げしてしまったため、これ以上の交渉がしにくい 等

値上げを受入れないと感じる先

（複数回答・N=253）



主な意見

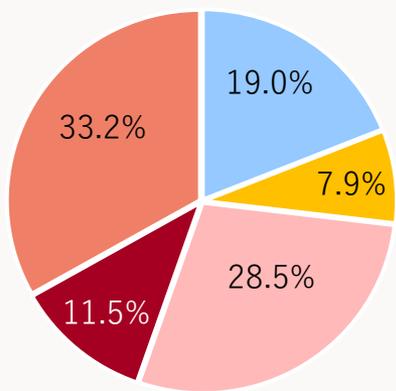
- 流通過程に入る業者の数など流通構造を抜本的に変えたほうがよいと思う。
- 酪農は、生産者が直接販売できる流通の改革が必要ではないか。 等

11 値上げできない状況②（価格改定期間など）

- 価格改定していない期間は、「3年前」からが33.2%と最多。次いで「概ね1年前」からが28.5%と続く。
- 価格転嫁できていない先のうち、販売先を「変更したくない（現状のまま）」が63.6%で最多である一方、「販売先を変更したい」が15.0%。
- 変更を希望する先のうち、「変更希望先」で最も多かったのは、「農協以外の集出荷団体」で22.2%。

価格改定できていない期間

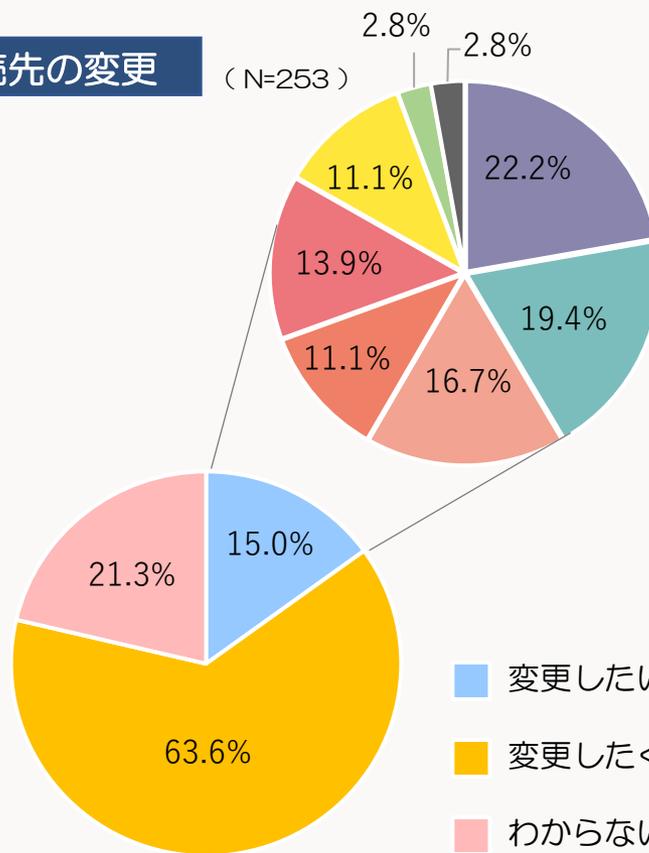
(N=253)



- 直近6ヶ月以内
- 直近12カ月以内
- 概ね1年前
- 2年前
- 3年前

販売先の変更

(N=253)



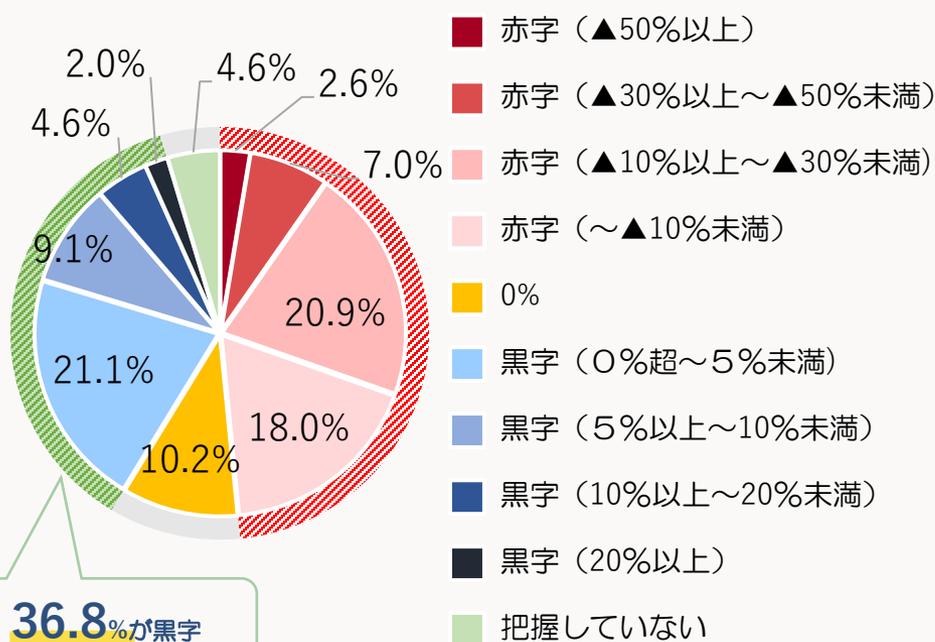
- 変更したい
- 変更したくない（現状のまま）
- わからない

12 今後の意向と課題①（利益率の現実と理想）

- コストが高騰する中、「黒字」の経営は36.8%で、利益率「0%超～5%未満」が21.1%を占める。
- 一方で、48.5%が「赤字」。「利益0%」を含めると、58.7%が利益を確保できていない。
- 経営を安定的に維持し、国民への安定的な食料供給の責めを果たしていくのに「理想の利益率」は「15%以上～30%未満」が32.8%と最多。次いで「30%以上～50%未満」が26.5%と続く。

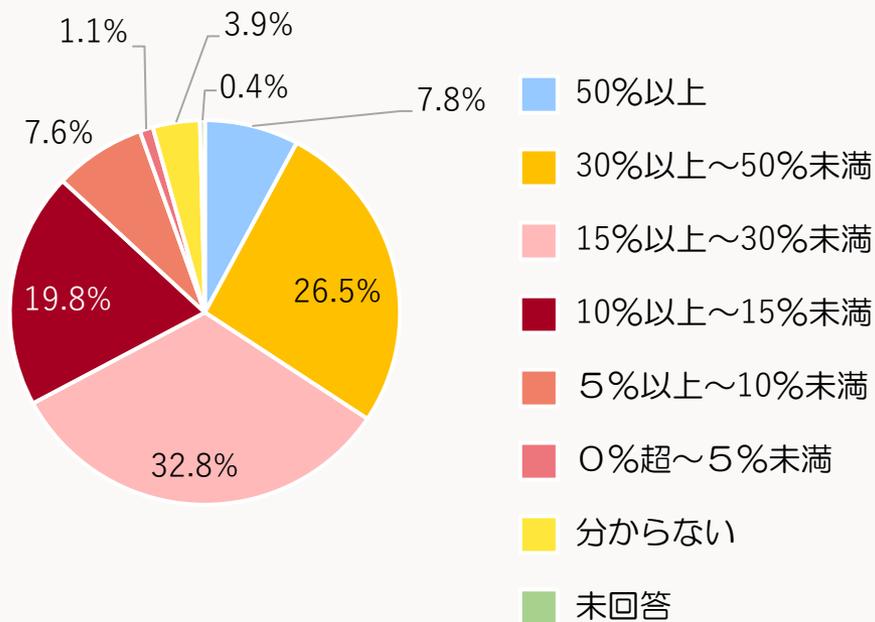
農産物販売の利益

(N=460)



理想の利益率

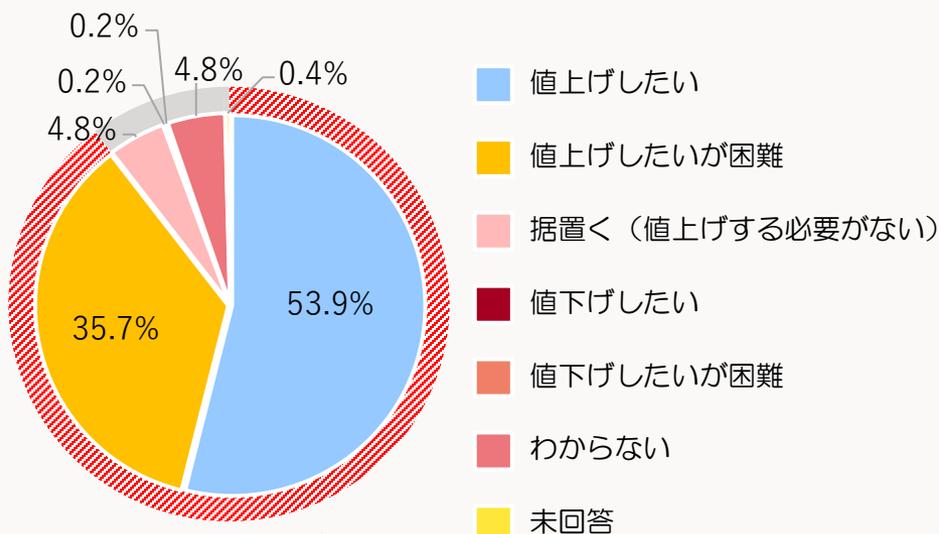
(N=460)



13 今後の意向と課題②（価格の意向と仕組み）

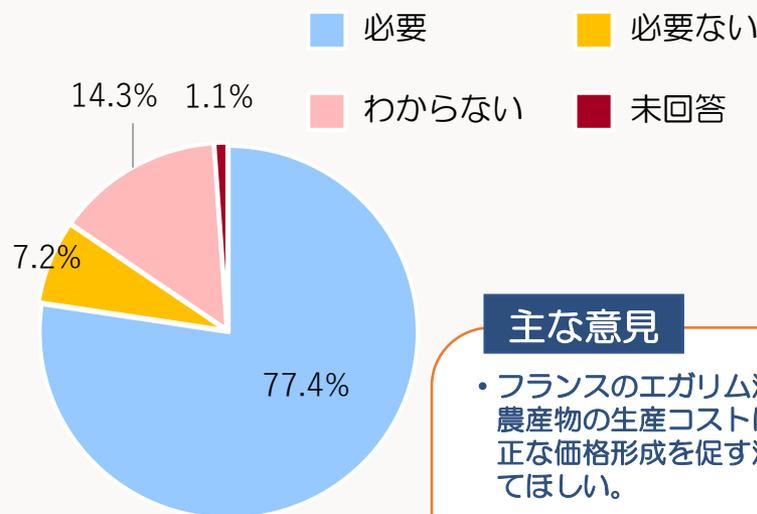
- 今後の価格改定の意向は、「値上げ」意向が89.6%。このうち、35.7%は「値上げしたいが困難」と回答。
- 適正な販売価格を形成するのに公的な制度や仕組みが「必要」と回答したのは77.4%に上る。

価格改定の意向 (N=460)



89.6%は
値上げしたい

公的な制度や仕組み (N=460)



主な意見

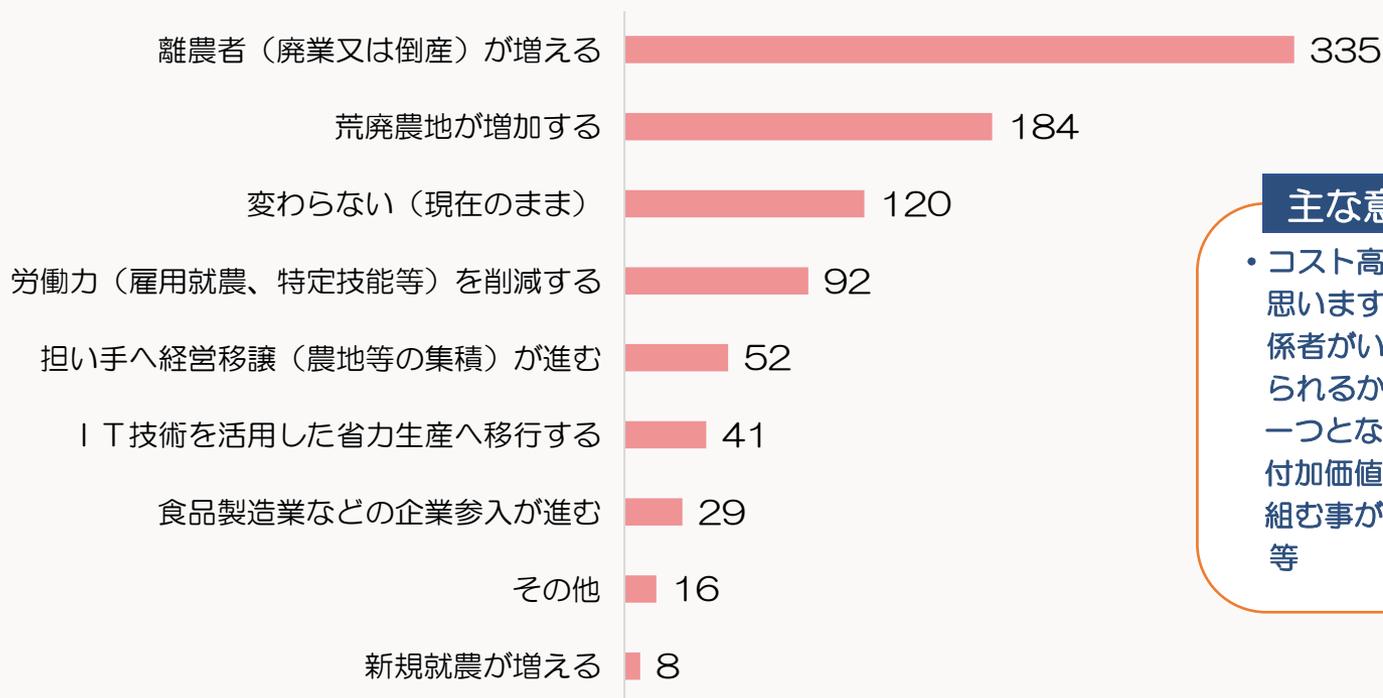
- ・フランスのエガリム法のような農産物の生産コストに基づく適正な価格形成を促す法整備をしてほしい。
- ・市場のセリ機能の検証、相対取引における値下げ圧力の監視、規制が必要。等

14 今後の意向と課題③（周辺農家の動き）

- コスト高騰が継続するなかで、今後、数年（2～3年）で周辺農家に見込まれる動きは、「離農者（廃業又は倒産）の増加」が最多。次いで、「荒廃農地が増加する」という回答が続く。
- 食料の安定供給に向け、農業地域の維持・発展の取組みを確実に実施していくことが“待ったなし”の状態。

周辺農家の今後の動き

N=455（複数回答）



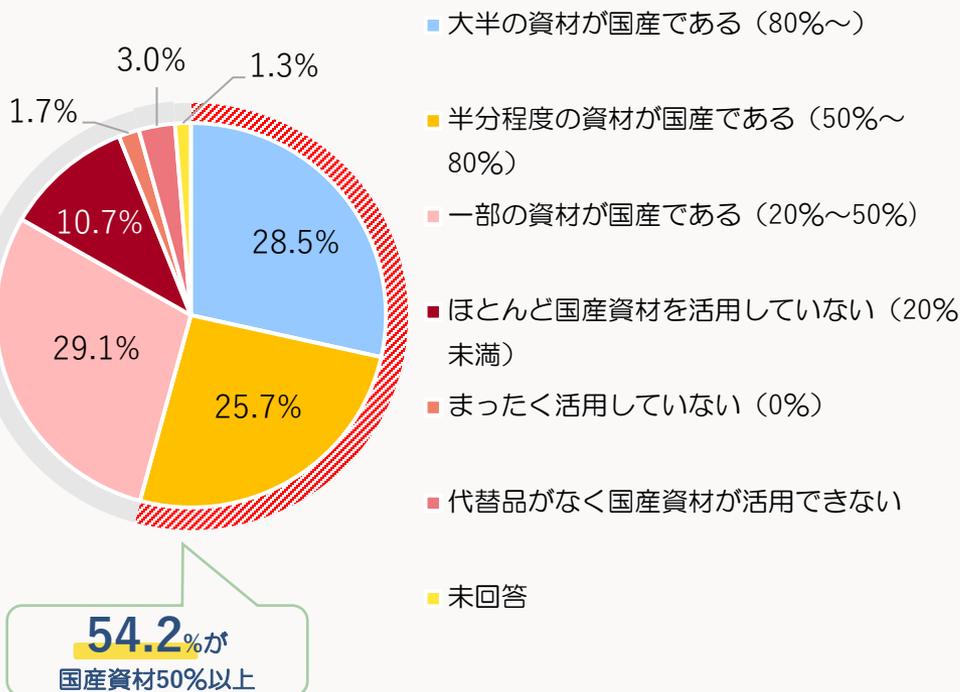
主な意見

- コスト高騰の中、離農が進むと思います。その中で今の農業関係者がいかに日本の農業を支えられるかが、今後の日本課題の一つとなり、IT化や直接販売、付加価値の向上など、多く取り組む事があると考えております。等

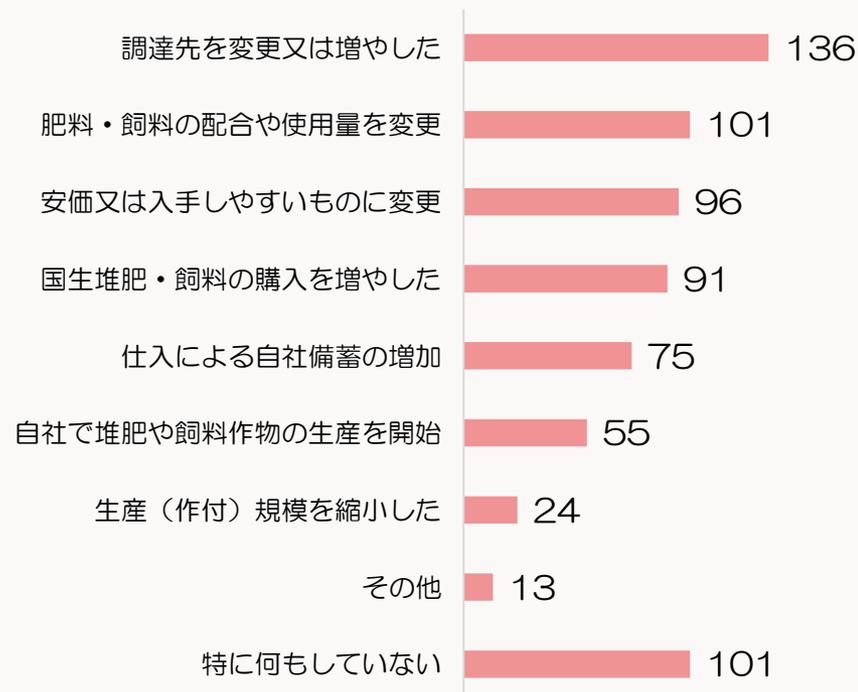
15 生産資材①（国産資材の活用状況など）

- 国産資材の活用状況は、「一部の資材が国産（20%以上～50%未満）」が29.1%で最多。
- 次いで「大半の資材が国産（80%以上）」が28.5%で、当協会の会員のうち、「国産資材が50%以上」の先は54.2%と過半数を超える。
- 生産資材の安定的な入手に向けた取組みとして、「調達先（仕入先）の変更又は増加」が最多。

国産資材の活用状況 (N=460)



生産資材の「安定的入手」に向けた取組み (N=460 (複数回答))

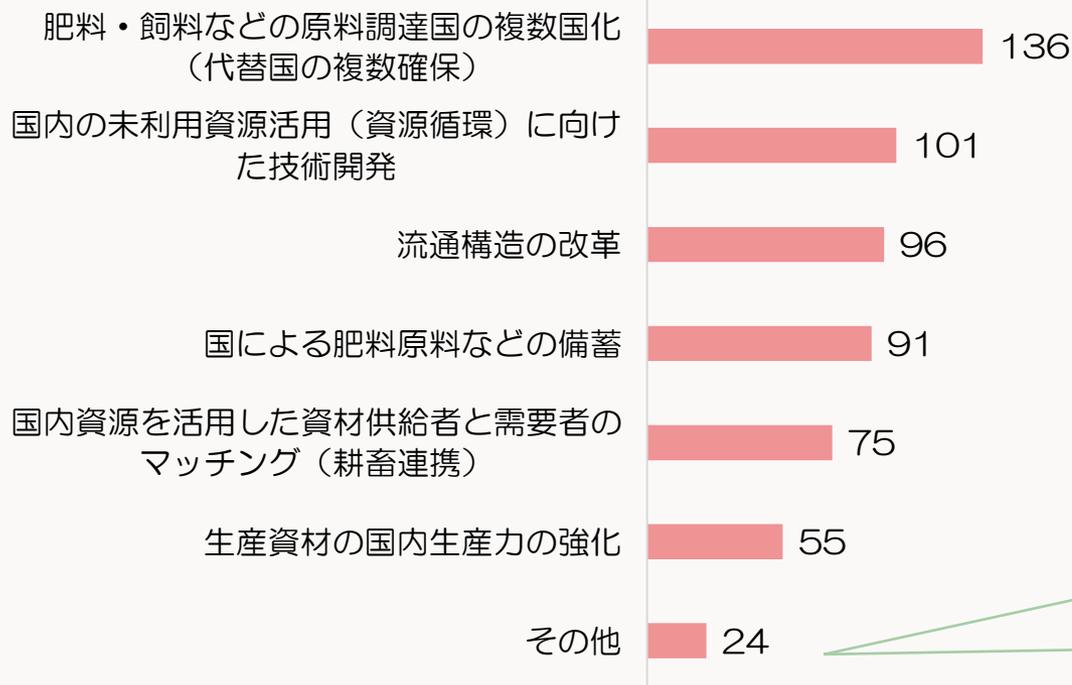


16 生産資材②（安定的な入手に向けた課題）

- 生産資材の安定的な入手に向けた課題として、「肥料・飼料などの原料調達国の複数国化（代替国の複数確保）」を求める意見が最多。
- 次いで「国内の未利用資源活用（資源循環）に向けた技術開発」を期待する声が続く。

生産資材の安定的な入手の課題

N=460（複数回答）



主な意見

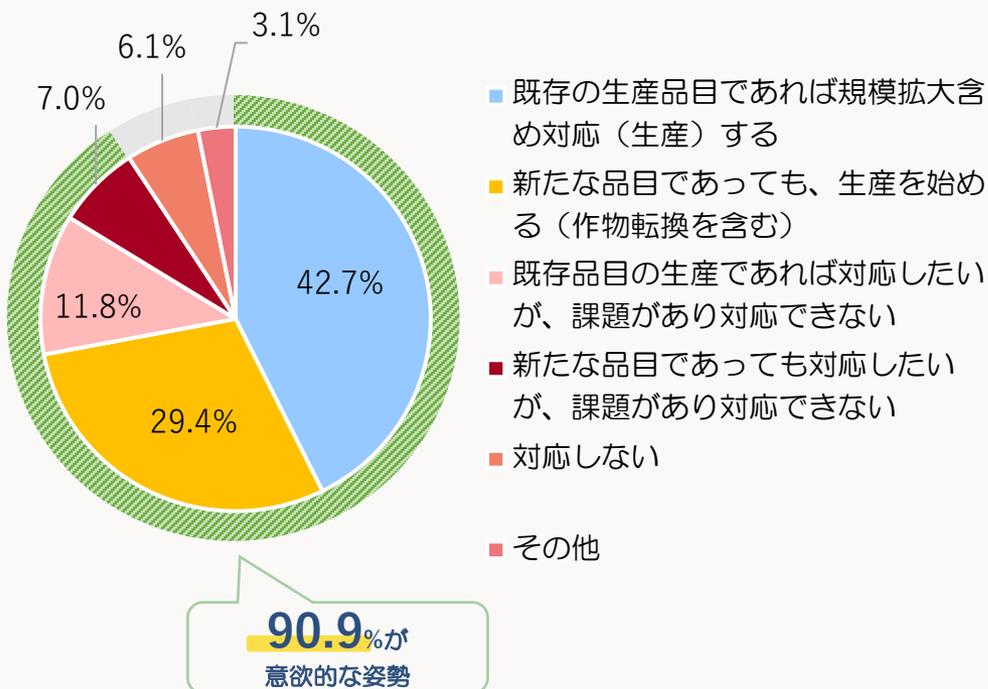
- ・ 経営規模拡大により、資材の直接輸入・取引を推進していく。
- ・ 生産資材の国産化をもっと進めてほしい。
- ・ 地域における耕作農家と畜産農家の連携による地域自給ができないか。
- ・ 肥料原料や資材などはこれを機に国内生産にシフトすべき。
- ・ コスト削減に向け、農地の大区画化や耕作放棄地を団地化して担い手への貸出、スマート農業の一層の推進が必要。
- ・ コスト高騰を品目変更による収益増、栽培技術の向上により乗り越えたい。 等

技術開発/多様なサプライヤーの参画/産地間競争による不効率な生産の抑制/AIを活用した物流を含めた仕組みの構築/大手商社の独占を解消/卸売業者の削減/安定的な食料生産を継続するための国民的な議論 等

17 需要に応じた生産への意向

- 食料の安定供給に向け「利益が見込まれる需要のある農産物の生産」に対し、基本的に一年一作が特徴である農業においても、90.9%がマーケットインの考え方に基づく「需要に応じた生産」へ意欲的。
- このうち、29.4%は「新たな品目であっても、生産を始める（作物転換を含む）」という積極的な姿勢。
- 一方で、対応したいが「課題があり対応できない」要因として最も多かったのは、「労働力不足」。

利益が見込まれる生産への対応 (N=460)



利益を見込まれる生産に対応できない要因

N=129
(上位3つ)

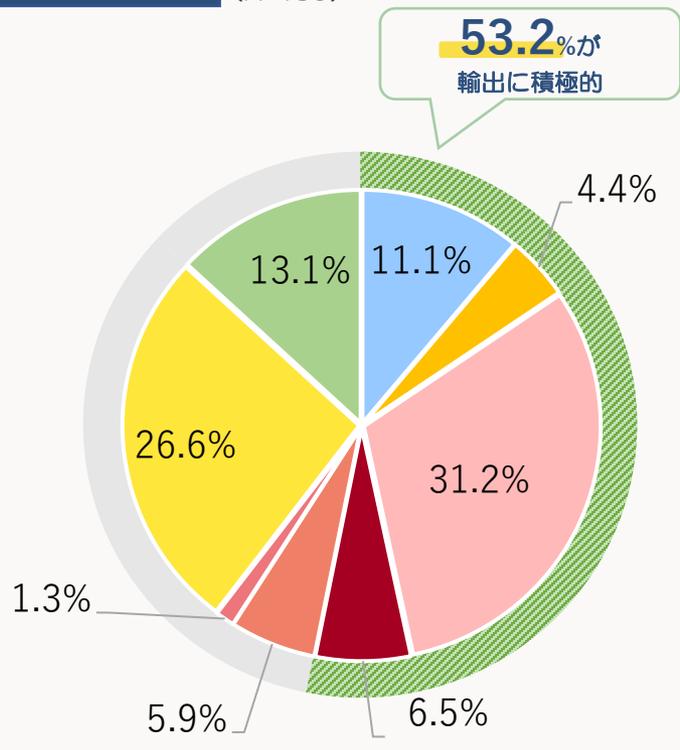


18 輸出の取組み意向

- 「既存の輸出事業の拡大」や「新たに輸出を開始したい」、さらには「輸出に向けた前向きな検討」など、輸出に積極的な意向先は53.2%と半数以上。
- また、上記に「現状の取引を維持」を含めた「輸出に前向きな先」は59.1%と6割に迫り、輸出に関心が高い。

輸出

(N=459)



主な意見

- 優秀な人材を確保するには、収益を高めることが必要だが、輸出は追い風であることから、輸出に積極的に取り組みたい。
- 生産余力のある農産物の輸出促進を図るべき。等

- 既に輸出に取組んでおり、すぐにでも輸出国や取引量をさらに拡大したい
- まだ輸出に取組んでいないが、すぐにでも輸出を開始したい
- まだ輸出に取組んでいないが、前向きに検討したい
- 今後取組みたいが、相談先や連携先がわからない
- すでに輸出に取組んでいるが、現状の取引を維持する
- すでに輸出に取組んでいるが、取引を縮小する
- まだ輸出に取組んでおらず、今後も検討もしない
- わからない