

次世代を担う若手農業者の姿

—平成29年度 食料・農業・農村白書—

農林水産省は平成30年5月22日、「平成29年度 食料・農業・農村白書」を公表した。この中で、「次世代を担う若手農業者の姿」と題する特集を組み、49歳以下の若手農業者に焦点を当て、農林業センサスや独自のアンケート等から、経営構造の特徴、農業経営に対する考え等を明らかにした。

1. 若手農業者がいる販売農家の経営構造

販売農家の世帯員である基幹的農業従事者3,175万4千人のうち49歳以下は17万7千人と10.1%を、販売農家と法人経営体における常雇い520万4千人のうち44歳以下は8万7千人と42.8%をそれぞれ占めている。

農業全体で見ると、49歳以下の基幹的農業従事者がいる販売農家（以下「若手農家」という）は、いない販売農家（以下「非若手農家」という）に比べ戸数は大幅に少なくなっている。若手農家では、この10年間で個々の経営の規模拡大が進む中、常雇いが拡大するとともに、投資を通じて労働生産性と農業所得の向上を実現している姿が確認できる。農産物販売金額規模別に見ると、非若手農家では300万円未満が82.8%を占める一方で、若手農家では1,000万円以上が45.2%を占めている。

若手農家においては、規模拡大に必要な労働力を確保したり、親世代のリタイア等により減少した労働力を補完するため常雇いが広がっており、直近10年間で常雇いを雇い入れた農家数は1万2千戸から1万8千戸に増加している。この結果、常雇いを雇い入れた農家の割合は非若手農家を大きく上回るペースで上昇した。

酪農における若手農家の経営でも、非若手農家の経営に比べ、搾乳牛1頭当たり労働時間が短く、農業固定資産装備率が高くなっており、このことが、規模拡大や高い農業所得につながっていると考えられる。このように、若手農家においては、投資を行うことで労働生産性の向上を図り、規模拡大を通じて農業所得の向上が図られている。

2. 若手農業者の農業経営に対する考え

平成29（2017）年10月から11月にかけてwebアンケートを実施し、若手農業者1,885人から回答を得た。

我が国農業の在り方について若手農業者の考えを尋ねたところ、「国内で国産シェアの回復を目指すべき」が48.7%、「国内だけでなく海外にも目を向けるべき」が35.1%となった。これを部門別に見ると、「国内だけでなく海外にも目を向けるべき」の割合は、肉用牛、果樹、稲作で高くなっている。

また、関心の高い農業施策を複数回答で尋ねたところ、「労働力の確保」が48.0%と最も高く、次いで「農地の集積」が41.1%、「生産資材価格の引下げ」が40.6%となった。これを部門別に見ると、全ての部門で「労働力の確保」

が上位となっており、なかでも露地野菜、施設野菜、果樹、花き・花木、酪農の5部門は「労働力の確保」が1位となっている。

農業の魅力については、「裁量の自由度の大きさ」が46.5%で最も高く、次いで「時間の自由度の大きさ」が42.1%となった。これを経営者と法人雇用者で見ると、経営者は全体と同じ傾向となっているが、法人雇用者は「自然や動物相手の仕事」が最も高く、次いで「地域とのつながり」となっている。

農業経営で大切なことを複数回答で尋ねたところ、「経営分析能力」が59.0%と最も高く、次いで「栽培・飼養技術」が50.6%となった。これを部門別に見ると、酪農では「経営分析能力」と「財務管理能力」が、肉用牛、施設野菜、花き・花木では「栽培・飼養技術」が他部門に比べて高くなっている。また、販売金額別に見ると、販売金額が大きいほど「経営分析能力」と「財務管理能力」は高くなる傾向が見られる。

また、現在の経営における課題を複数回答で尋ねたところ、「労働力の不足」が47.3%と最も高く、次いで「品質に見合わない売価」が34.8%となった。これを部門別に見ると、「労働力の不足」は酪農と果樹で、「品質に見合わない売価」は花き・花木で特に高くなっている。また、就農からの年数別に見ると、年数が長いほど「労働力の不足」は高くなり、逆に「技術の不足」と「資金調達難しさ」は低くなる傾向が見られる。

さらに、農業生産で今後伸ばしていきたい方向を複数回答で尋ねたところ、「単収の向上」が70.6%と最も高く、次いで「高品質化・ブランド化」が53.1%となった。これを部門別に見ると、耕種部門1では「単収の向上」、畜産部門では「面積・飼養頭数の拡大」が最も高くなっている。

出荷・販売先で今後伸ばしていきたい方向については、「消費者への直接販売」が56.7%と最も高くなった。これを部門別に見ても、全ての耕種部門と酪農で「消費者への直接販売」が1位となっている。

法人化していない経営者に対し、法人化の意向について尋ねたところ、「法人化の考えがある」が48.0%と、「法人化の考えはない」の37.9%を上回った。これを販売金額別に見ると、販売金額が大きいほど法人化の考えがある者の割合が高く、500万円以上の層では5割を超えている。