

# (4) 地域をけん引する経営体の増加

## 1. 取組の必要性（背景）

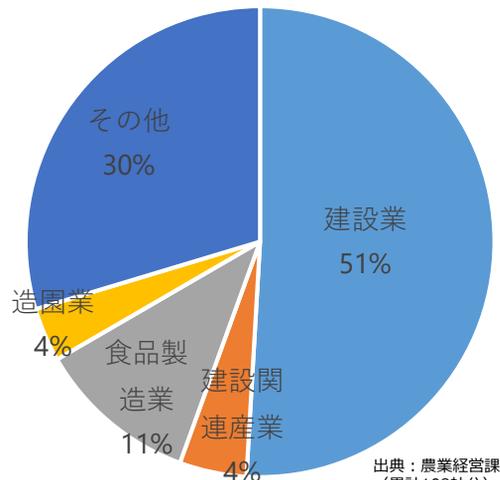
- 島根県では園芸を中心に既存産地の衰退が急速に進んでおり、個々の農業者の経営拡大と並んで、他産業からの農業参入に大きな期待が寄せられています。一般的に、参入企業は個人の農業者と比べて資金力が大きく、労働力の確保等の面でも優位性を持っています。
- しかしながら、過去20年の参入の実態を見れば、業種としては農業やフードビジネスとの関係が比較的薄い建設業等からの新規参入が多く、参入の目的も、本業の会社経営の補完や労働者の有効活用などが多くを占めていました。
- そのため、参入企業の農業経営が持続的に発展していくケースは必ずしも多くなく、地域農業全体に与える影響・効果が期待していたほど大きくなかった例も散見されています。
- 今後とも企業による農業参入は引き続き力を入れて推進していきますが、地域への波及効果を重視し、すでに独自の販路や高い生産技術を持ち、地域の農業者や農業法人を巻き込みながら、地域の中心となって産地化を図る意欲のある「地域けん引経営体」をターゲットに誘致・確保・育成を進めていくことが重要です。

### ■主な野菜産地の生産者数の推移

主要産地	H29 販売額 (百万円)	H20 (人)	H29 (人)	生産者数 減少率 H20→H29
タマネギ (出雲)	50	110	40	64%
白ネギ (県央)	56	341	124	64%
メロン (益田)	262	105	75	29%
ブロッコリー (出雲)	133	95	70	27%
トマト (益田)	194	35	26	26%

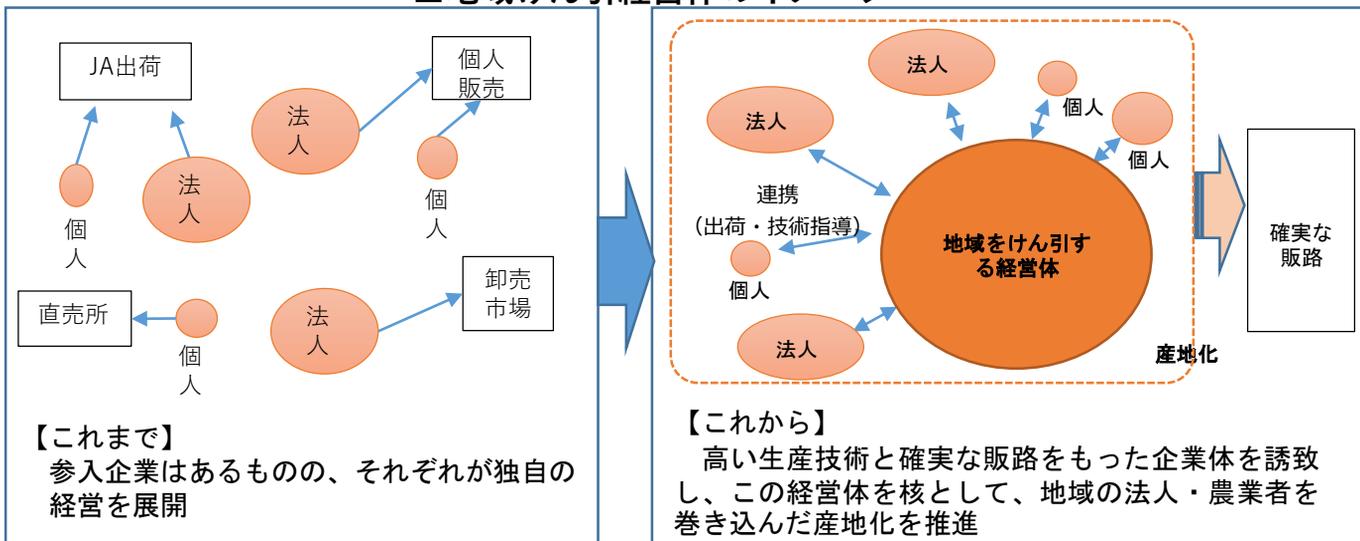
出典：農産園芸課調べ

### ■参入企業の業種(H30)



出典：農業経営課調べ  
(累計108社分)

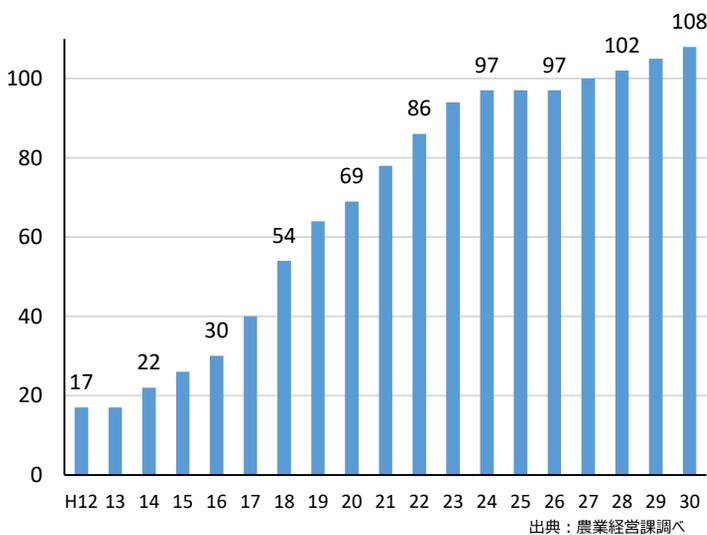
### ■地域けん引経営体のイメージ



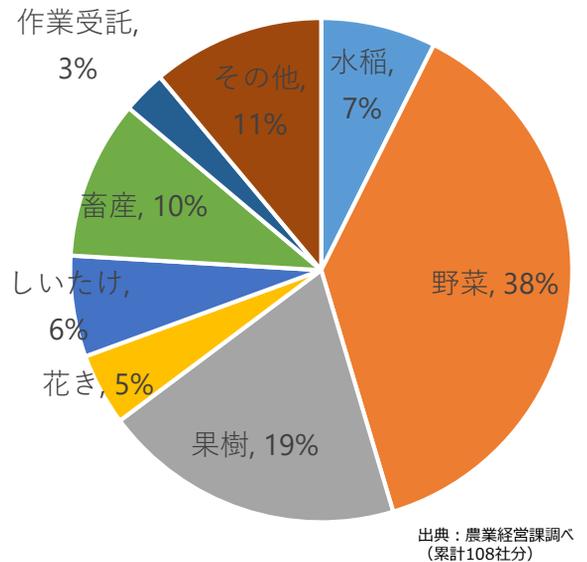
## 2. これまでの進め方の課題

- 島根県では平成30年までに延べ108の企業が農業参入しましたが、県が支援した企業のうち参入5年後に黒字化しているのは約4割、分野別では米や畜産が比較的健闘していますが、園芸では7割以上が赤字または撤退している状況です。
- このことは、農業を取り巻く環境の厳しさもさることながら、参入企業の多くにとって自社の労働力の有効活用が主な目的であったため、技術習得に時間がかかったり、販路開拓に積極的でなかったことが一因として考えられます。
- 県においても、農業参入を検討する企業に対して何を期待するか明確なビジョンがなかったため、参入企業のポテンシャルを活かせず、地域の農業者を巻き込み、地域の中心となって産地化を進めるような優良事例を増加・普及させるようなアプローチを採っていませんでした。

### ■ 島根県の農業参入企業数



### ■ 参入分野別の割合(H30)



### ■ 参入企業の経営開始5年後の販売額(H30)

5年後売上	企業数	割合
1000万円未満	13社	30%
1000-2000	11社	25%
2000-3000	6社	14%
3000-4000	4社	9%
4000-5000	2社	5%
5000万円以上	8社	18%

県単事業活用 (H15~H30) 57社のうち、事業活用5年を経過した企業44社 (撤退等を除く) の状況を集計 (農業経営課調査)

### ■ 県事業活用5年後の経営状況(H30)

	土地利用型	園芸	畜産	計
黒字	70%	26%	71%	41%
赤字	20%	56%	29%	45%
撤退等	10%	18%	0%	14%
計	100%	100%	100%	100%

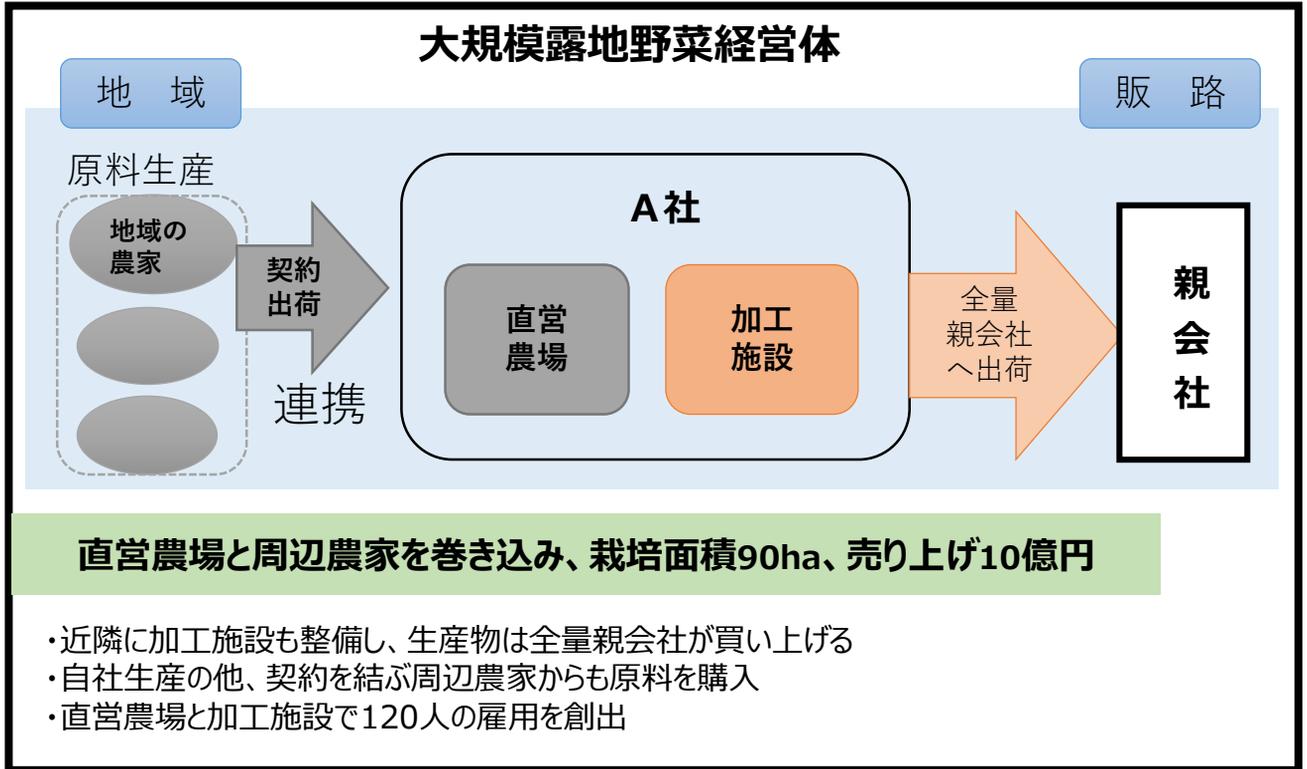
県単事業活用 (H15~H30) 57社のうち、事業活用5年を経過した企業51社の状況を集計 (農業経営課調査)

### 3. 今後の進め方のポイント

#### (1) 地域けん引経営体の誘致

独自の販路や高い生産技術を持ち、地域の農業者や農業法人を巻き込み地域の中心となって産地化を図る「地域けん引経営体」を今後目指すべき企業参入の姿として明確にし、県内外からの誘致活動を展開します。特に、すでに他県で地域の農業者と連携しながら産地を形成している企業経営体をターゲットとすることで、本県における速やかな産地形成につなげます。

#### ■地域けん引経営体の参入事例（H10参入 益田市）



#### (2) 誘致のための体制整備

令和元年度から、誘致活動を専属で行うスタッフ（地域けん引経営体誘致育成スタッフ）を設置し、県内外の企業を訪問し、積極的な誘致活動を行っています。

また、令和2年度からは、東京事務所のスタッフを増員したところであり、県が主導的に誘致活動に取り組みます。

#### (3) 地域との関係強化

企業誘致に意欲のある市町村と連携し、誘致活動に必要な情報（農地、品目、労働力、住環境など）をまとめた「包括的誘致パッケージ」を作成し、誘致に繋がっていきます。

特に「地域けん引経営体」の誘致活動を進めていく上では、誘致企業と連携する地元農業者の確保が不可欠であり、これまでのような国営開発地の紹介だけではなく、連携に前向きな産地や集落営農組織と協力して誘致活動を展開していきます。

#### ■誘致パッケージのイメージ



#### (4) 受入から育成までの流れ

誘致活動により島根県への参入を検討する企業に対し、現地調査や現地での試作に対する支援を行うとともに、地域の農業者との話し合いの場の設定や、地域の農業者と連携した活動への支援等を通じて連携体制の構築を図っていきます。

実際に島根県に参入することとなった場合は、国庫補助事業を活用した施設整備や、国庫補助事業の対象とならない施設整備への県事業による支援、地域の農業者との連携に係る経費（現地での試作や集出荷体制の構築等）を支援し、円滑な参入を後押しします。

##### ■地域けん引経営体の誘致の流れ



- ・ 推進にあたっては地域けん引経営体を受け入れる地元市町村との連携が不可欠。
- ・ 事業実施に先立ち、県や市町村等の関係機関で誘致推進チームを設置し、誘致したい企業のイメージ（作目やおおまかな規模）を明確化。

- ・ 連携に前向きな産地、集落営農の掘り起こしを行い、参入に必要な情報（農地、労働力、住環境など）などの情報を収集・整理し、包括的誘致パッケージやパンフレット等を作成。
- ・ 誘致推進チームの具体的な行動計画、各機関の役割分担を明確化。

- ・ 誘致候補企業調査で得られた情報を分析し、誘致活動に向けた調整を行う専門職員等による本格的な誘致活動を開始。
- ・ 県外事務所の協力を得ながら、包括的誘致パッケージを活用し、会社訪問や企業参入フェアで誘致活動を実施。有望な企業を県内候補地に招聘し、地域とのマッチングを図る。

- ・ 参入を検討する企業に対し、現地調査や現地での試作に対する支援を実施。
- ・ 地域の農業者との話し合いの場を設定し、連携活動の具体的な内容を擦り合わせ。
- ・ 参入時に必要となる補助事業の活用、地域農業者との連携体制の構築、雇用確保対策等を支援。

- ・ 参入後の課題解決や、地域農業者との連携体制の強化等について誘致推進チームでフォローアップを継続的に実施。
- ・ 希望する企業に対しては、専門家による経営分析を実施。

## 4. 5年後の目指す姿

- 独自の販路や高い生産技術を持ち、地域の農業者や農業法人を巻き込み地域の中心となって産地化を図る「地域けん引経営体」を毎年1経営体以上誘致