



下、「有機農業をめぐる事情」という。)

有機農業は、どうしても新規就農などの取組地域が中山間地に多くなるため、狭小な農地が分散しては場の集約が困難なこともあって、生産性向上が課題となっています。そのため、新規就農者が黒字化するまでの期間が、慣行農法の新規就農者と比較して長くなることも指摘されています。

これらの課題に対し、国は「みどり戦略」に基づいて最新農法やスマート農業技術の開発を支援するとともに、有機農業に取り組む農業者への指導体制の整備に取り組んでいます。有機農業の栽培技術の指導・助言を行う有機農業指導員の育成を二〇二〇年から進め、普及指導員やJA営農指導員などを対象とする研修をとおして、二〇二三年度までに三三府県で累計一一三

課題②…個々の農業者に対する最先端生産技術の導入

「みどり戦略」では、有機農業の生産力向上と持続性の両立のためにはイノベーションが鍵となるとして、デジタル技術や機械化、病害虫管理

八人を育成しています（「有機農業をめぐる事情」）。

また、生産の不安定さを解消するために、産地づくりを旨とした広域協議会の設置や販売戦略の提案や助言等を行うオーガニックプロデューサーを派遣するといった取組みも行っています。

有機農業指導員は、JAの営農指導員が担うことが期待されています。JAにおいても、営農指導員と販売・購買など各部門が連携した有機農業の指導体制と、行政・支援機関などとの連携が不可欠となっています。

「みどり戦略」では、有機農業の生産力向上と持続性の両立のためにはイノベーションが鍵となるとして、デジタル技術や機械化、病害虫管理

体系などの技術導入を図るとしています。具体例としては、総合的病害虫・雑草管理（IPM）の普及、ドローンやロボットを用いた防除・除草技術、水田の水管理による雑草の抑制などが挙げられています。

これらの技術を個々の農業者へ適切に導入するため、国は、研究機関や事業者の技術開発を支援するとともに、二〇二五年から個々の農業者への導入に対する補助金制度を設け、技術の現場普及を促進する方針を示しています。また、有機農業の各種生産技術がマニュアルにまとめ上げられ、全国の普及指導事務所などの支援機関に広く提供されています。

当研究会では、農林水産省に直接ヒアリングを行って補助金制度や技術支援の動向を把握しつつ、有機栽培の農法人へのスマート農業導入支

課題③…消費者の関心と理解の増進による需要の喚起

有機農産物を巡る消費環境は、この一〇年でもGAP (Good Agricultural Practices。日本では「農業生産工程管理」と訳される) などの普及の進展、コロナ禍による内食需要拡大、有機野菜宅配事業者の台頭と業界再編、生産者の顔の見える直売所の活況、大手外食・流通企業による有

連載

有機農業の魅力と可能性

～担い手コンサルティングのヒント～

第2回

有機農業の課題とJAに期待される役割

アグリビジネス経営支援研究会
(一般社団法人東京都中小企業診断士協会)



代表
清水 康雄

農林中央金庫での勤務を経て、農業経営専門コンサルタントとして活動中。



細川 幸春

中小企業診断士。農業ベンチャー企業の勤務を経て、農業経営専門のコンサルタントとして活動中。



課題①…有機農業の生産性向上などに向けた支援体制の整備

有機農業は化学肥料や農薬を原則使用しないため、高温多湿なわが国では、害虫被害や除草の手間が大きく、慣行農法（化学肥料や農薬を使用した栽培方法）に比べて収量が不安定になる傾向があります。稲作経営や野菜作経営の

例で有機農業の経営収支を慣行農法と比較してみると、有機農業は販売単価が高いため反当たり粗収益は高いものの、反当たり労働時間も販売単価に準じて相当長くなることで経営費が高止まりし、差引所得は慣行農法よりかなり低くなっています（農林水産省「環境保全型農業（稲作）推進農家の経営分析調査報告」（平成二六年）、「環境保全型農業推進農家の主要野菜の経営分析事例集」（平成二二年））。

このため、現に有機農業に取り組んでいる農業者が、現状より取組面積をこれ以上拡大できないと考える理由として、「人手が足りない」（四七・二%）、「栽培管理に手間がかかる」（四四・五%）などを挙げていて、せっかくの有機農業の拡大を阻害する最大の要因となっています（農林水産省「有機農業をめぐる事情」令和七年二月（以



機農業への進出など、大きく変化しています。

わが国の有機農産物・加工食品の市場規模は、二〇二二年で二二四〇億円（「有機農業をめぐる事情」）となっていて、うち約三割が有機農産物、約七割が有機加工食品であり、年々市場規模は増加しています。しかし、国民一人当たりの年間の有機食品消費額でみると、一七九四円程度にとどまっています。

海外では、フランス、中国などが一兆円の市場規模を超え、ドイツは二兆円超、アメリカは八兆円超です。一人当たりの年間消費額も、スイスの六万円をはじめ、スウェーデン、フランス、ドイツ、アメリカなどが数万円台の状況にあります。このことを踏まえると、わが国の市場規模も今後大きく伸びる余地があるといえる一方、「食の安全・安心」「環境に優しい」など

の視点でみれば、市場規模は本来もっと拡大しないといけない状況にあるといえます。

価格面でみると、有機農産物は慣行農法の農産物に比べて、最低でも四〇五割以上高いとされます。しかし、消費者等の意識としては、有機野菜を「四〇五割高以上でも購入したい」は二・三%にとどまり、次いで「二〇三割高までなら購入したい」が二七・五%、「二割高までなら購入したい」が四四・九%となっています（「有機農業をめぐる事情」）。有機農産物のもつ価値の反映である実際の販売価格と、有機農産物の価値を評価する消費者が許容できる価格に大きなギャップがあるといえます。

このギャップの原因は、有機農産物を購入する消費者が、「安全・安心」「環境に優しい」を理解して高価格でも購入する一定の比較的裕福な消

費者層か、健康に配慮が必要な家族を抱えるなどで高価格でもやむを得ず購入している消費者層などに限定されているためであると、某有機農産物専門商社の社長が講演などで解説しています。

今後、有機農産物の消費を拡大していくためには、生産性向上や生産収量の安定化などを通じて消費者が手に取りやすい価格での供給を実現するとともに、消費者に対して有機農産物の意義や高価格となる生産現場の事情などについて理解促進を図り、有機食品を購入する消費者層の拡大を実現していくことが不可欠となっています。

各県においては、オーガニックフェスタなどのイベントを開催して、有機農業関係者と消費者を直接つなぐ取組みを行っています。販売事業者の中には、野菜のサイズを選別しない、袋詰めをしない、



J A直売所の有機野菜コーナー（筆者撮影）

売れ残りはスモージーに加工するなど、もっと気軽に有機野菜を買ってもらう工夫をする事例もみられます。

J Aでも、これまでも市町村と連携して学校給食に地域の有機農産物を提供するなど、の食育活動や、都会の消費者との農業体験などを通じた交流を行っています。さらに、有機農業において先駆的なJ Aでは、生協の組合員との協議会に参加して意見交換をするなど、消費者に農業の現場を理解してもらう取組みを行っています。これまで以上に、販売・購買・信用事業などJ Aの各部門をあげた取組

みの一層の徹底を期待したいところです。

課題④…有機農業志向の新規就農者への集中的な支援

「みどり戦略」などを契機に有機農業への関心が高まり、外食・量販店などの大手企業が農業参入して有機農業に取り組んだり、有機農業専業の農業法人が県等の要請を受けて中山間地域に新たにほ場を開設したり、新規就農者のうち有機農業を志向する若者の割合が毎年二〇三割を占めるようになっています。

当研究会が、直接量販店などへ問い合わせたり有機農業専業の農業法人を訪問して確認したりしたところでは、量販店などの大手企業や有機農業専業の農業法人は、それぞれ直営の有機J A S認証農場の開設などにあたって地域との連携も意識して取り組んで

いますが、一方で豊富な経営資源を有していて、一定程度は自力で運営できる体制にあるようです。

これに対して、有機農業を志向して新規就農してきた若者などは、地域とJ Aの支援が必須となります。個人・家族で就農した場合、生産性の改善等に手一杯のため販路確保などに手が回らない就農者も多く、これがさらに黒字化を遅らせる原因となっています。これら若い新規就農者が、早期に経営を安定させて地域に定着することができれば、地域の活性化に大きく寄与することになります。

この有機農業を志向した新規就農者の経営の安定化と定着化のために、J Aの営農指導をはじめとする各部門が連携して総合力を発揮することが期待されます。当研究会では、こうした支援を先駆的に行って有機農業の産地化と地

区外出身者などの定住を実現しているJ Aに取組状況をヒアリングしましたので、次回以降で詳細を紹介します。

課題⑤…地域活性化の視点による行政との連携

農家の高齢化や農家数の減少などで過疎化が進行し、耕作放棄地を抱えている地方では、行政も、有機農業に対して大きな期待を寄せています。地域ぐるみで有機農業に取り組むオーガニックビレッジの指定は、二〇二四年一月二七日時点で、全国で一三一市町村になり、国は二〇三〇年までに二〇〇市町村を目指しています（「有機農業をめぐる事情」）。

当研究会が経営強化を支援している有機農業専業の農業法人では、過疎地振興のため、県知事から直接要請されて、産地づくり交付金を活用して

中山間地域にほ場を新設しています。

これら取組みのとおり、地方行政からは、有機農業に積極的に取り組むことで、若者の新規就農者を惹きつけて定住人口を増やし、さらに耕作放棄地を有機農業で耕作し、農地を蘇らせることが期待されています。

一方で、行政がオーガニックビレッジの取組みに積極的であるのに対し、J Aによっては、行政から連携した取組みを期待されていても自らの事業実態に合わないとして、積極的に参画していない事例もみられます。このようなJ Aにあっても、もう一度有機農業の取組みの意義を再認識いただき、改めて地域活性化の視点での取組みを強化していただくことを期待したいところです。

（しみず やすお・ほそかわ ゆきはる）