

新規就農の果樹農家が生き残るための戦略

―農業の六次化に向けたブランディングとマーケティング―

氏名 熊谷 洋
指導教員 城戸 宏史

要旨

年々、就農者人口が減少し、人手不足かつ高齢化が進んでいる。理由は3Kと言われる（キツイ、汚い、危険）のイメージが強いことや、産業構造が変化し、農業などの第1次産業からサービス業の第3次産業へとシフトしたことによって、農業が身近な存在ではなくなったことが一因であると考えられる。また、農地は主に中山間地域にあり、若年層は大学などの進学や、仕事を求めて都市部に移動するため、農業を引き継ぐ若者がおらず、就農者人口の減少と高齢化に拍車をかけている。

そこで、国は農業者人口の減少を食い止めるべく自治体を通して、新規就農者に経済的サポートや経営のアドバイスを行っている。その甲斐あってか、ここ数年、新規就農者は毎年安定して20万人ほどおり、ゼロから農業をスタートする新規参入者も毎年2万人ほどいる。しかし、新規参入者の経営状況は芳しくない。総務省（2019）「農業労働力の確保に関する行政評価・監視 ―新規就農の促進対策を中心として― 結果に基づく勧告」によると、就農してからおおむね10年以内の新規参入者のうち75.5%が「生計が成り立っていない」と回答しており事業継続の困難さが窺える。

筆者も2019年に新規参入者として新規就農し、果樹園を経営している。農業資材や燃料の高騰が続く中、農作物を栽培しJAに出荷するという昔ながらの伝統的な経営方法では、収益を上げることが困難であり、農家個々が独自のブランディングとマーケティングを行い、生き残るための対策が求められている。

本論文では、事業のブランディングに成功している農家の取り組みや、自立した農家がとるべき戦略を考察し、新規参入者でも持続可能なビジネスモデルを提案した。