

# アグリ・フード 2015.1 サポート

AGRICULTURE & FOOD BUSINESS SUPPORT\*AGRICULTURE & FOOD BUSINESS SUPPORT\*AGRICULTURE & FOOD BUSINESS SUPPORT\*AGRICULTURE & FOOD BUSINESS SUPPORT\*AGRI

**JFC** 日本政策金融公庫 農林水産事業本部

**Loans** 米価変動の影響を受けた稲作農業者の皆さまへ  
農林漁業セーフティネット資金の金利負担軽減特例制度のご案内

**Prize** 地域農業担う優良経営を表彰  
～平成26年度「アグリフードEXPO輝く経営大賞」決定

**Support** シリーズ・多様な、担い手の支援（6次産業化）  
事例紹介 有限会社舟形マッシュルーム  
原田養豚場

**Exposition** 第8回アグリフードEXPO大阪2015を2月に開催





開催概要については 18 ページをご覧ください。  
<http://www.jfc.go.jp/>

目次

Contents

<b>資金紹介</b>	農林漁業セーフティネット資金の金利負担軽減特例制度のご案内…………… 3
<b>輝く経営大賞</b>	平成 26 年度「アグリフード EXPO 輝く経営大賞」決定…………… 4
<b>資金紹介</b>	青年等就農資金で企業の農業参入を応援します！…………… 6
<b>多様な、担い手の支援</b>	6 次産業化に取り組む経営者を支援…………… 7
	事例① 有限会社舟形マッシュルーム…………… 8
	事例② 原田養豚場…………… 10
<b>制度紹介</b>	農業法人投資育成制度のご案内…………… 12
<b>公庫調査レポート</b>	2014 年度上半期 消費者動向調査…………… 14
	2014 年上半期 食品産業動向調査…………… 16
<b>アグリフード EXPO</b>	第 8 回アグリフード EXPO 大阪 2015 を 2 月に開催…………… 18
<b>公庫本支店窓口</b>	公庫本支店窓口のご案内…………… 20

●表紙写真／有限会社舟形マッシュルーム（山形県最上郡舟形町）は、独自技術により栽培期間の短縮やカット加工、加熱加工などを同業者に先駆けて実現し、大きく生産性と収益性を高めた。本文記事 8 ページ。

●撮 影／情報企画部

米価変動の影響を受けた稲作農業者の皆さまへ

## 農林漁業セーフティネット資金の 金利負担軽減特例制度のご案内

このたび、平成26年11月14日から、平成26年産の米価変動の影響を受けた稲作を営む農業者の方などを対象に、農林漁業セーフティネット資金の貸付当初1年間を実質無利子とする特例制度が措置され、融資の取り扱いを開始しました。

\* \* \* \* \*

米価変動の影響を受けた稲作を営む皆さまが必要とされる、経営の維持安定のための長期運転資金を特例制度により金利負担を軽減して円滑に供給いたします。

また、併せて「米価変動に関する相談窓口」を日本公庫本店農林水産事業本部および全支店に設置し、ご融資やご返済に関するご相談に、円滑、迅速かつきめ細やかな対応を行っています。

### 農林漁業セーフティネット資金の概要

ご利用いただける方	(個人) 農業所得が総所得の過半を占めている方 または、農業粗収益が200万円以上の方 (法人) 農業売上高が総売上高の過半を占めている方 または、農業売上高が1,000万円以上の方
資金の使いみち	経営の維持安定に必要な長期運転資金
融資限度額	【一般】600万円以内 【特認】年間経費等の3/12以内
返済期間	10年以内(うち据置期間3年以内)
金利	0.45%以内(金利情勢により変動します。なお、本特例制度により、貸付後1年間は利子助成により実質無利子化されます)

注1 上記の内容は資金の要件、条件の抜粋です。詳しくはホームページや最寄りの支店にお問い合わせください。

注2 審査の結果により、ご希望に沿えない場合がございます。

#### ▶▶ 米価変動に関する相談窓口

- ▶ 本店農林水産事業本部 …… フリーコール [0120-926478](tel:0120-926478)
- ▶ 支店 …… 支店一覧(本誌裏表紙)または日本公庫ホームページ(<http://www.jfc.go.jp/n/branch/index.html>)をご覧ください

# 「アグリフードEXPO輝く経営大賞」

地域農業を担う優良経営を表彰する  
平成26年度「アグリフードEXPO輝く経営大賞」の各賞受賞者が決まりました。

「アグリフードEXPO輝く経営大賞」は、地域の農林漁業、食品産業の優れた経営を表彰し、多くの経営の目標となる姿を示すとともに、地域の農林漁業、食品産業の発展などに資することを目的として、日本公庫農林水産事業（旧農林漁業金融公庫）が平成17年度に創設したものです。

この経営大賞は、全国各支店から候補者の推薦を受け、社外の有識者による選定委員会（会長・大泉一貫氏／宮城大学特任教授）における審議の結果、毎年選定されています。今年度の受賞者は右記一覧の通りです。

## 平成26年度受賞者一覧

		受賞者
大賞（経営部門）	東日本エリア	株式会社 ミスズライフ （長野県上水内郡飯綱町） 事業内容：キノコ栽培
	西日本エリア	有限会社 フクハラファーム （滋賀県彦根市） 事業内容：稲作、露地野菜他
特別賞		公益社団法人 山口県畜産振興協会 （山口県山口市） 事業内容：畜産振興

## 大賞 経営部門

（東日本エリア）



### DATA

設立年.....1991年  
資本金.....1,125万円  
規模.....年間出荷量4,700t  
事業内容.....キノコ栽培

### 住所

〒389-1203  
長野県上水内郡飯綱町大字赤塩204-2  
URL <http://www.misuzu-life.co.jp/>

## 株式会社 ミスズライフ

代表取締役 小林 満氏

独自開発したカットブナシメジの技術で  
高い商品優位性を獲得

### 受賞のポイント(経営の特徴)

- 1991年に設立し、ブナシメジ生産を開始。独自開発した技術（菌種）により業界に先駆けて、カットブナシメジや冷凍ブナシメジの生産を開始。商品優位性が高く、収益を支えている。
- 副産物である使用済み菌床培地を堆肥化する技術を確立し、ベビーリーフなどの野菜生産に活用。環境に配慮した農業を実践している。
- カットブナシメジと冷凍ブナシメジは、食品スーパーや大手外食企業に販売。また、自社農産物を使用したメニューを提供するレストランや、野菜の観光農園も運営。
- 生産、営業、マーケティングなど機能別に部署を設け、企業組織体制を整備している。資材調達などは分社化。
- 生産工場の消費電力を削減するため、他社と共同で気化熱冷却装置を開発。同装置は子会社を通じ外部にも販売。



## 大賞 経営部門

(西日本エリア)



## 有限会社 フクハラファーム

代表取締役 福原 昭一氏

160ヘクタールの大型稲作経営。  
ICTを導入し、低コスト化を実現

### 受賞のポイント(経営の特徴)

- 1994年に法人化し、当初の30haから160haまで規模を拡大した大規模稲作経営。冬季はキャベツなどの野菜を生産し労働力を有効活用。
- 合鴨農法・米ぬか利用などによる完全無農薬の有機農法、JAS有機栽培に取り組むなど、環境に配慮した生産を行っている。
- 外部研究機関などと共同で開発した農業のICT技術(情報通信技術)を導入して、継続的に改善しながら、低コストの土地利用型農業を実現し、人材育成に生かしている。
- 農産物は大手商社を中心に直販し、独自の販路を開拓している。
- 従業員の役員登用や従業員による自社株式の保有などにより、人材育成とともに経営への参画意識の向上に取り組んでいる。
- 直販先への情報紙の発行のほか、稲作体験などの交流会の開催により、消費者とコミュニケーションを図りながらニーズを把握し、経営に役立てている。



### DATA

設立年.....1994年  
資本金.....800万円  
規模.....160ha  
事業内容.....稲作、露地野菜他

### 住所

〒521-1147  
滋賀県彦根市薩摩町339-3番地  
URL <http://www.fukuharafarm.jp/>

## 特別賞

## 公益社団法人 山口県畜産振興協会

公的資金の普及、活用に尽力。経営相談に親身に対応し、県内畜産業の振興に貢献

### DATA

設立年.....2002年  
事業内容.....畜産振興  
会長理事.....山本 伸雄 氏

### 住所

〒754-0002  
山口県山口市小郡下郷3382-1  
URL <http://yamaguchi-lin.jp/>

### 受賞のポイント

- 山口県、県内市町および農協系統組織が中心となって2002年に設立された団体。畜産改良、畜産物価格安定対策、家畜衛生に関する業務のほか、県内畜産農家の経営指導を行っている。
- 長年にわたって公庫資金をはじめとする制度資金説明会の事務局機能を担い、公的資金の普及、活用推進に尽力。
- 個別畜産農家からの経営相談にも公庫や外部専門家と連携して親身に対応し、県内畜産業の振興に大きく貢献。

### 選定基準

**大賞(経営部門)**:優れた経営能力、技術力、実績を有するとともに、公庫資金を活用した投資により顕著な発展を実現している経営

**特別賞**:地域農業の活性化や公庫資金の活用推進に大きく寄与した経営

### 選定委員(敬称略、50音順)

青山 浩子/農業ジャーナリスト  
梅本 雅/(独)農研機構 中央農業総合研究センター 企画管理部長  
大泉 一貫(選定委員会会長)/宮城大学特任教授  
荘林 幹太郎/学習院女子大学国際文化交流学部教授  
藤田 毅/(有)フジタファーム代表取締役  
森 剛一/アグリビジネス・ソリューションズ(株)代表取締役、税理士

# 青年等就農資金で企業の農業参入を 応援します！

最近、食品製造業や小売業など、異業種の企業が新たなビジネスとして農業へ参入する動きが活発になっています。しかし、農業は天候のほか病気や害虫の影響を受けるなど、生産量を安定的に確保することが難しく、経営が軌道に乗るまでは、思った以上に時間を要するというリスクがあります。そこで、参入時の負担を軽減するため、無利子、実質的な無担保・無保証人での融資が可能な「青年等就農資金」をご紹介します。

## ▶▶ 参入事例（イメージ）

**食品製造業者：**自社加工品のトレーサビリティの強化と、安全・安心な野菜を原料とした高付加価値化を図るため、野菜を生産する法人を立ち上げて、農業に参入。

**清酒製造業者：**地元の契約農家の高齢化が進んできたことを受けて、原料となる酒米を確保するため、自社で農業部門を立ち上げて、農業に参入。

農業生産に必要な田植え機やトラクター、ビニールハウスの取得のほか、経営開始に必要な長期運転資金として、**青年等就農資金**を活用。

## 青年等就農資金の概要

ご利用いただける方	認定新規就農者 (市町村から青年等就農計画の認定を受けた個人・法人)
資金の使いみち	設備：施設・機械の取得など（農地の取得は除く） 長期運転：農地・施設・機械の賃借料、農薬費など
融資限度額	3,700万円
返済期間	12年以内（うち据置5年以内）
金利	無利子
担保・保証人	原則、融資対象物件以外の担保及び第三者保証人は不要 (実質的な、無担保・無保証人制度)

## 参考：大型投資向けの資金制度

植物工場や農業生産に合わせて加工処理施設を建設するなど、大規模な投資には以下の資金制度がありますので、お近くの支店へお気軽にご相談ください。

資金名	スーパーL資金	経営体育成強化資金
ご利用いただける方	認定農業者（市町村から農業経営改善計画の認定を受けた法人）	新たに農業経営を開始する法人（経営開始後、決算期2期を終えていないなど要件があります）
融資限度額	10億円（法人）	負担額の80%以内 (上限1億5,000万円)
返済期間	25年以内（うち据置10年以内）	25年以内（うち据置3年以内）

注1 上記の内容は各資金の要件、条件の抜粋です。詳しくはホームページや最寄りの支店にお問い合わせください。

注2 審査の結果によっては、ご希望に沿えない場合がございます。

## シリーズ・多様な、担い手の支援

## 6次産業化に取り組む経営者を支援

国は農林漁業の成長産業化を目指す施策として、6次産業化の市場規模を2020年までに10兆円にする目標を掲げています。「多様な、担い手の支援」シリーズ第3回目となる今号では、6次産業化を特集します。

\* \* \* \* \*

日本公庫農林水産事業には、農林水産物の生産だけではなく、加工・販売に取り組む農林漁業者の方、農林漁業者との提携により国内農林水産物の加工・販売に取り組む食品製造・販売業者の方々にご利用いただける資金制度があります。

また、アグリフードEXPOの開催や6次産業化に関する調査報告などの経営支援サービスや、株式会社農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）といった関係機関と連携した協調融資など、さまざまな取り組みにより6次産業化をサポートしています。

制度内容のご案内とともに、次ページ以降では実際に本資金や経営支援サービスなどを利用して6次産業化に取り組んでいる事例をご紹介します。

## ▶▶ 6次産業化に取り組む方がご利用いただける主な資金

資金名	ご利用いただける方	融資限度額	返済期間（以内）
スーパーL資金	認定農業者	個人：3億円 （特認6億円） 法人：10億円 （特認20億円）	25年 （うち据置10年）
スーパーW資金	認定農業者が加工、販売事業を行うために設立した法人（アグリビジネス法人）	お客様の負担する額の80%に相当する額	15年 （うち据置3年）
農業改良資金	六次産業化法に定める「総合化事業計画」の認定を受けた農業を営む者等及び促進事業者等	個人：5,000万円 法人または団体： 1億5,000万円	12年 （うち据置5年）
農林漁業施設資金（共同利用施設）	農林漁業者が構成員の過半を占める団体、農業協同組合、森林組合、漁業協同組合等	お客様の負担する額の80%に相当する額	20年 （うち据置3年）
食品流通改善資金（生産製造提携・生産販売提携）	・食品の製造又は加工を行う者 ・食品の販売の事業を行う者 等	お客様の負担する額の80%に相当する額	15年 （うち据置3年）

注1 上記の内容は各資金の要件、条件の抜粋です。詳しくはホームページや最寄りの支店にお問い合わせください。

注2 審査の結果によっては、ご希望に沿えない場合がございます。

## 事例①

有限会社舟形マッシュルーム 長澤 光芳さん（山形県最上郡舟形町）

## 食品加工の経験生かし農業に挑戦 顧客の声を常に商品開発に反映

「脱サラ」で農業にチャレンジした長澤光芳さんは、食品加工会社勤務時代の経験を生かして独自技術開発力も付け、わずか10年超で「舟形マッシュルーム」をブランド力ある会社に築きあげた。

### マッシュルーム栽培農家へ転身

食材の宝庫山形、最上川の支流小国川の清流に恵まれた自然豊かな地に、ひととき大きなマッシュルームを生産することで話題となっているのが「有限会社舟形マッシュルーム」だ。

代表取締役の長澤光芳さん（60）は、食品加工会社からの脱サラ組である。

食品加工会社時代、加工用マッシュルームなどの原料調達に携わった長澤さんは、欧米先進国で数多く消費されているマッシュルームが、食の洋風化が進む日本では日常的な食材となっていなかったことに着目。商品開発次第でビジネスチャンスは十分あると、2001年マッシュルーム栽培に乗り出した。マッシュルーム栽培は、他のキノコに比べて技術的な障壁が多いが、長澤さんはこれまでの人脈・経験

を生かしながら、試行錯誤を繰り返していく中で次第に技術を磨いた。その結果、今では、独自技術の開発により、栽培期間を通常の85日から65日に短縮することで大きく生産性を上げ、業界でも競争力の強い存在になっている。

そうした中で長澤さんが取り組んだのがジャンボマッシュルームだ。当初、東京都内の有名ホテルにあるイタリアンレストランから、顔の大ききさくらいのマッシュルームを、とオーダーされたのがきっかけで、「マッシュルームを料理の主役にしたい」という積年の思いから、商品化にこぎつけた。これが運よくテレビ番組「新どっちの料理ショー」で紹介され、人気に火が付き、一流シェフからの引き合いが殺到した。ジャンボマッシュルームは今や舟形マッシュルームの売り上げの2割を占める会社の顔となっている。

### 安全・安心の徹底で信頼を獲得

舟形マッシュルームは創業当時、ハウス12棟で年間140tを生産する計画でスタート。その後、度重なる増設を経て、現在は42棟、年間720tの生産出荷体制（全国シェアの15%程度）を整え、急速に規模を拡大している。

ジャンボマッシュルームの話題性やブランド力が功を奏した面もあるが、長澤さんが必死で培った独自技術開発への努



長澤光芳さんの背後には自慢のハウスが建ち並ぶ



力が実ったのだ。現に、マッシュルームのおいしさと品質が顧客から高い評価を得て、東京の百貨店やホテルをはじめ、さまざまな食品関連業者との取引につながっている。

この高評価の一つに、安全・安心の栽培技術があった。長澤さんはマッシュルームの培地に、サラブレッド生産農家から仕入れた敷きわら、コーヒークず、大豆かす、石こうなどを混ぜ合わせ発酵させた植物性有機物を使っている。一般的な鶏ふんを用いた培地に比べ臭いが少ないのが特徴だ。サラブレッドは大切に育てられるため、敷きわらの交換は一日おき。衛生的で質の良い植物性の材料を多く用いるため臭いが出ないのだ、という。

また、施設の衛生管理にはバイオマスボイラーを熱源とした水蒸気を用いるほか、病害虫などの侵入も施設内の気圧の調整で防ぎ、生産工程で殺虫剤や殺菌剤を一切使わない。長澤さんは「まずはおいしさが一番だが、食品の安全・安心にも生産効率の低下やコスト増をいとわず、かたくなにこだわってきた」と胸を張る。

こうした取り組みを経て、農業生産工程管理手法の一つである「JGAP」や、食品の生産情報を消費者に正確に伝える仕組みである「生産情報公表JAS」を取得した。これが舟形マッシュルームの強みになると同時に顧客の信頼を勝ち得る武器になっている。

## EXPO 出展で取引開拓

顧客からの高評価の理由はまだある。中でも新商品の開発力が強みだ。舟形マッシュルームでは日本公庫資金を利用し、マッシュルームのカット加工や加熱加工などを同業者に先駆けて開始し、「舟形マッシュカレー」や、石づきの部分を商品化した「NON STOP MUSH」など規格外品の有用資源を余すところなく使った新商品の開発を次々と行ってきている。



見た目、味にも驚く超スーパージャンボマッシュルーム

この結果、自社加工品の売り上げは、今や全体の4割を占めている。こうした6次産業化への展開は顧客の声に応えた結果だという。

また、長澤さんは消費者ニーズを探るため、日本公庫が開催している「アグリフードEXPO」(以下、EXPO)を積極的に活用した。EXPOには2008年から継続出展し、バイヤーとの交流の場と位置付けることで、ハンディを少なからず克服してきた。今や約150の全取引先のうち3分の1程度がEXPOを介してつながった取引先だ。出展の際には新商品を携えていくことを欠かさない長澤さんは「EXPOへの出展のメリットは新商品をバイヤー一人一人に見てもらい、評価や改善点をめぐって意見交換できること。さまざまな出会いを通じたオーダーメイドでの対応が会社の成長を支えている」と言う。

顧客の声をすぐに商品開発に生かす企業体質が成長の原動力とも言えそうだ。

(情報企画部 伴辺 博亮)

## DATA

### 有限会社舟形マッシュルーム

住 所 〒999-4605  
山形県最上郡舟形町長沢6831  
代表取締役 長澤 光芳  
従 業 員 65人

## 事例②

原田養豚場 原田 茂さん（徳島県阿波市）

## 「阿波ポーク」の全国レストラン展開が夢 エコフィード導入や6次化で経営に強み

徳島県が誇るポークブランド、阿波ポークの生産から、精肉加工、レストラン展開までの6次産業化を手掛ける。経営力を付けた今、生産規模を倍増し、レストランの全国展開にチャレンジする。

### 一貫経営がプラスに作用

「徳島県の特産品である、阿波ポークを取り扱ったレストランを全国展開していきたい」と意気込みを語るのは、原田養豚場を経営する原田茂さん（70）だ。

原田さんの経営の強みは、低コストの豚肉生産に加えて、精肉加工やレストランまでを手掛け、川上から川下まで一貫した6次産業化に取り組んでいることだ。

原田養豚場は1964年、原田さんが25歳の時、父親がリング箱に入れた2匹の豚を連れ帰ったことから始まった、という。1970年に事業を引き継いで以来、徐々に規模を拡大し、現在では母豚550頭を飼育するまで成長した。

経営のポイントについては「いかに飼料費を抑え、売上高を上げるかということにつきます」と語る。



農場で豚の様子をチェックする原田茂さん

まず1つ目のポイントは飼料費の低減だ。当初、売上高の7割を占めていた飼料費は、その他の部分で努力してコストを下げても、飼料会社から購入する飼料価格が値上がりすれば、利益が吸収されてしまうのが悩みの種だった。

### エコフィード活用が奏功

原田さんが悩みぬいて考え出したのがパン粉や米ぬかなどの食品残さを飼料化するエコフィードだった。初めて取り組んだ1978年以来、試行錯誤を繰り返しながら、乾燥させた残さを粉末にしたものをベースに、成育状況に合わせて必要となる栄養分を配合し、調製するノウハウを身につけた。

徐々にエコフィードの割合を増やし、現在では飼料全体の9割を占めている。こうして、飼料をエコフィードにすることで、購入飼料で成育した場合よりも肉質を向上させることができた、という。

また価格面では、購入飼料よりも3割ほど単価が低く、大きな強みになっている。エコフィードをつくる際の人件費などを含めても、売上高に占める飼料費の割合を2割ほど抑えることができた、という。

2つ目のポイントは販売の拡大だ。

原田養豚場は、徳島県が推進する阿波ポークを生産し、阿波ポークブランド確立対策協議会の指定農場となっている。

そのため、豚肉の市場平均価格より高い単価で取り引きされるが、需給の波に販売価格が左右されるリスクをどう克服するかが課題だった、という。

そこで原田さんが取り組んだのが6次産業化だ。養豚業とともに精肉店とレストランを経営すれば、流通過程で生じる中間マージンを削減できると同時に、エコフィードによる低コストの強みと相まって、リーズナブルな価格でおいしい阿波ポークを消費者に提供でき、利益も上がると考えた。

「阿波ポークは消費者の関心事である味、量、価格のいずれも満たす商品です。同業者との差別化も十分に図れると判断したのです」

そこで、原田さんは日本公庫の資金を利用し、2008年に精肉店、翌年にはレストランの営業に踏み出した。

レストラン経営にも工夫を凝らした。阿波ポークのしゃぶしゃぶ食べ放題がメインメニューで、家族で食べられるように2時間で1人1,480円から利用できるようなリーズナブルな価格を設定した。

また、ドリンクバー、サラダバーのほか、ご飯やみそ汁などもセルフサービスにして、従業員の接客や配膳などの業務を減らし、飲食業で大きな支出を占める人件費を削減した。

さらに客足に季節性が出ないようしゃぶしゃぶ以外にも、ニーズを取り入れながら、焼き肉やとんかつなど、徐々にメニューを充実させた。

おいしい豚肉を低価格でたくさんの量を食べられるというコンセプトは消費者に受け入れられ、現在では徳島県に3店舗、香川県に1店舗展開している。また、精肉・レストラン部門は、売上高全体の5割を占めるまで成長した。経営を軌道に乗せ、次の目標として掲げたのが、冒頭のレストランの全国展開だ。原田さんは、今後1年以内に香川県に2店舗出すほか、全国展開への足掛かりとして、まず関東地



ブランド豚「阿波ポーク」を提供するレストラン

区へ2店舗の進出を行う予定だ。

## 新規出店で出資が決定

今後の店舗数の増加に対応するため、2014年10月には、レストランの運営会社として株式会社はらだ牧場を新設した。会社経営は事業承継の観点から息子に任せ、部門別の経営を徹底させる。同社は6次産業化を支援する株式会社農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)および地元金融機関による出資が同年11月に決定し、財務基盤の強化とともに、今後の新規出店に弾みをつけた。また、店舗数の増加に伴って、日本公庫の資金を利用し、生産規模を倍にして、将来的には全頭を阿波ポークにする。ここでもコスト削減のため、近隣農家の豚舎を居抜きで利用する。

原田さんは「今後は、地元の農家と連携し、コメや野菜などの地域の農畜産物の販路拡大と雇用創出にもつなげていきたい」と、新たな事業展開に意欲を燃やしている。

(情報企画部 飯田 晋平)

## DATA

### 原田養豚場

住 所 〒771-1703  
徳島県阿波市阿波町西柴生127-2  
経 営 者 原田 茂  
農場従業員 11人

出資により長期資金を提供し、農業法人の対外信用力強化をサポートします。

## 農業法人投資育成制度のご案内

農業法人へのさらなる成長資金の供給円滑化を図るため、「農業法人に対する投資の円滑化に関する特別措置法」（以下、投資円滑化法）に基づき、規模拡大などに意欲的に取り組む農業法人（農業生産法人を含む）の株式などを取得、保有し、経営または技術の指導を行う制度です。

### 特徴

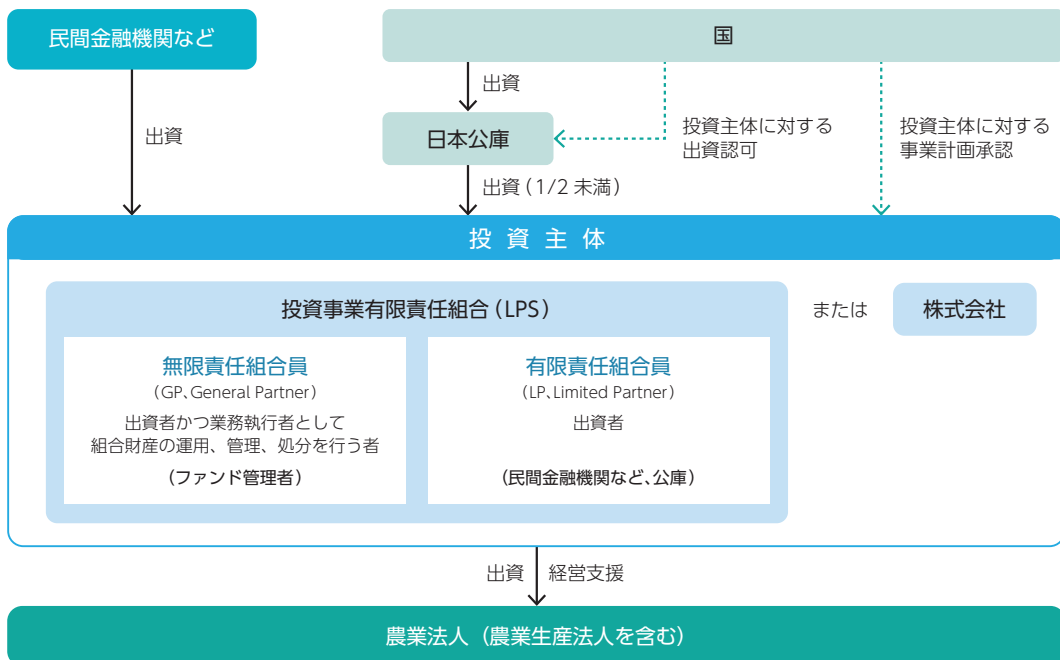
投資円滑化法に基づき、農業法人投資育成事業に関する計画を作成し、農林水産大臣の承認を受けた投資事業有限責任組合（Limited Partnership、以下、LPS）または株式会社は、日本政策金融公庫法の特例により、公庫の出資を受けられます。

投資円滑化法に基づく承認を受けたLPSまたは株式会社は、農地法の特例として、農業生産法人に対する出資（ただし、無議決権株式に限る）が可能となります。

### 仕組み

公庫は、出資総額の過半を超えない範囲で、民間金融機関等が組成するLPSまたは株式会社（以下、投資主体）に出資し、農業法人に対する投資リスクを補完します。

また、投資主体から要望を受け、投資先農業法人の審査、投資後のフォローアップにおける助言などを行い、民間金融機関などの農業分野への取り組みをサポートします。



## 投資対象となる農業法人

公庫の出資を受けたLPSまたは株式会社が、農業法人に対して投資する際の基本事項は次の通りです。投資額、投資金の回収方法その他詳細な条件は、LPSまたは株式会社と投資先農業法人との契約により決定します。

項目	内容	備考	
対象者	基本要件	認定農業者(なることが確実な者も含む)。 ただし、反社会的勢力は除く	新設法人の場合は「なることが確実な」者も含みます。 ただし、設立者の財務基盤が良好であること、計画の実現可能性が高いこと、農業などの技術経験がある者が従事することなどが条件となります。
	法人形態	(投資主体がLPSの場合) ・株式会社(特例有限会社を含む)  (投資主体が株式会社の場合) ・株式会社(特例有限会社を含む) ・持分会社(合名・合資・合同会社) ・農事組合法人	
	財務実績	・原則過去3期必要 ・過去3期平均経常利益黒字 ・ <b>出資後に純資産プラス</b>	出資により債務超過が解消する場合、今後の経営改善が進むことが必要となります。
	その他	・既往借入金 <sup>1</sup> の延滞がないこと。 ・複式簿記により会計を行っていること。	
1投資先当たり投資上限	(投資主体がLPSの場合) ファンド総額(総出資約束金額)の10%以内  (投資主体が株式会社の場合) 当該株式会社の資本金の10%以内	例えば、投資主体のファンド総額または資本金が10億円の場合、1投資先当たり投資上限額は1億円です。	
出資比率	投資主体の投資先農業法人に対する議決権割合は50%以内	農業生産法人の場合、取得する株式は無議決権株式に限りません。	

### ▶▶ 公庫の出資するLPSおよび株式会社(2014年11月時点)

名称	公庫以外の組合員・出資者(所在地)
北洋農業応援ファンド投資事業有限責任組合	北洋銀行(北海道) (株)北海道二十一世紀総合研究所(北海道)
さんぎん農業法人投資事業有限責任組合	第三銀行(三重県) 山田ビジネスコンサルティング(株)(東京都)
いよエバーグリーン農業応援ファンド投資事業有限責任組合	伊予銀行(愛媛県) いよぎんキャピタル(株)(愛媛県)
えひめアグリファンド投資事業有限責任組合	愛媛銀行(愛媛県) ひめぎん総合リース(株)(愛媛県)
FFG農業法人成長支援投資事業有限責任組合	福岡銀行(福岡県) (株)福岡キャピタルパートナーズ(福岡県)
アグリビジネス投資育成株式会社	農林中央金庫、全国農業協同組合連合会、 全国共済農業協同組合連合会、 全国農業協同組合中央会

※詳しくは、出資・証券化支援室 TEL 03-3270-2683(担当:上原、服部)までお問い合わせください。

# 食の健康志向が引き続き最多

— 2014年度上半期 消費者動向調査 —

消費者の食料や農業に関する意識・意向を把握するため、日本公庫では、消費者動向調査を実施しています。2014年度上半期では、毎回実施している「食に関する志向」のほか、「加工食品に表示されている情報」「農山漁村とのかかわり方」について調査しました。

## 「経済性志向」は33%

消費者の食に関する志向は、「健康志向」が45.2%で、前回調査から1.3ポイント低下したものの、引き続き最多回答となっています。

一方、「経済性志向」は33.2%で、2014年4月から消費税率が引き上げられたものの、前回調査から1.0ポイントの上昇に留まる結果となり、消費税率引き上げによる影響は、あまりみられませんでした(図1)。

また、国産原料の食品に対するイメージでは、「安全である」という回答が69.7%となり、13年12月の国内冷凍食品工場における農薬混入事件直後の前回調査から5.9ポイント上昇し、前々回調査(2013年7月)の結果を上回るまで、安全というイメージが回復した形となりました(図2)。

## 8割が表示情報を確認

「加工食品に表示されている情報」では、消費者が加工食品を購入する際、価格以外に表示されている情報(以下、表示情報)を確認しているかどうかを質問しました。

その結果、「毎回しっかり確認」が13.7%、「毎回必要な情報だけ確認」が36.1%、「ときどき確認」が30.7%となり、合わせて80%超が「確認している」

ということで、表示情報に高い関心があることが分かりました(図3)。逆に、「あまり確認していない」は11.4%、「ほとんど確認していない」は8.2%となっています。

## 若い世代は現場体験に興味

「農山漁村とのかかわり方」について、農山漁村で余暇を過ごしてみたいかどうかを聞いたところ、「ぜひ過ごしてみたい」「機会があれば過ごしてみたい」を合わせた56.4%の人が「過ごしてみたい」という結果となりました(図4)。この56.4%に対し、何をしてみたいか聞いたところ、若い世代ほど「農林漁業の体験」への意向が強く、特に20歳代では32.9%と最多回答となっています(図5)。

わが国の農林水産業の従事者は減少傾向にあり、食料生産の担い手確保が急務の課題となっています。このような中、若い世代が現場体験に興味があるという結果は、一筋の光明となるのではないのでしょうか。(情報企画部 大竹 匡巳)

### 〔調査要領〕

実施時期：2014年7月1日～8日

調査対象：全国の20歳代～70歳代の男女2000人(男女各1000人)

調査方法：インターネットによるアンケート

〔注〕図については、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。

図1 現在の食の志向（上位）の推移（2つまで回答）

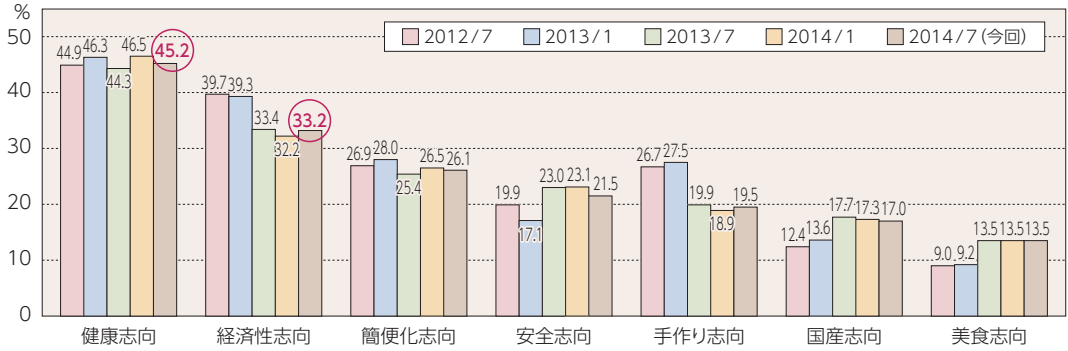


図2 国産原料の食品に対するイメージ【安全面】

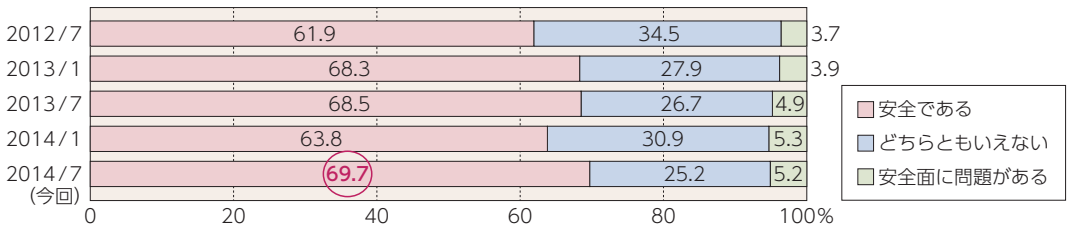


図3 加工食品を購入する際、表示されている情報（価格以外）を確認してるか

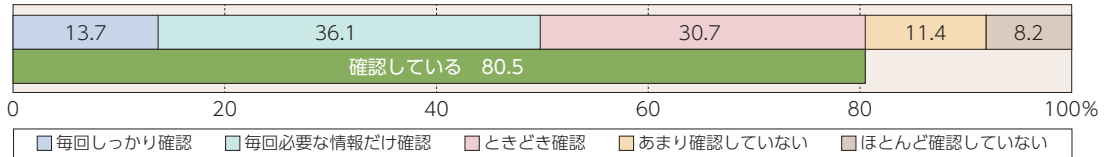


図4 農山漁村で余暇を過ごしてみたいか

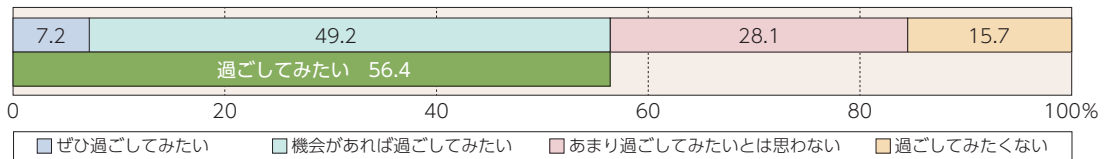
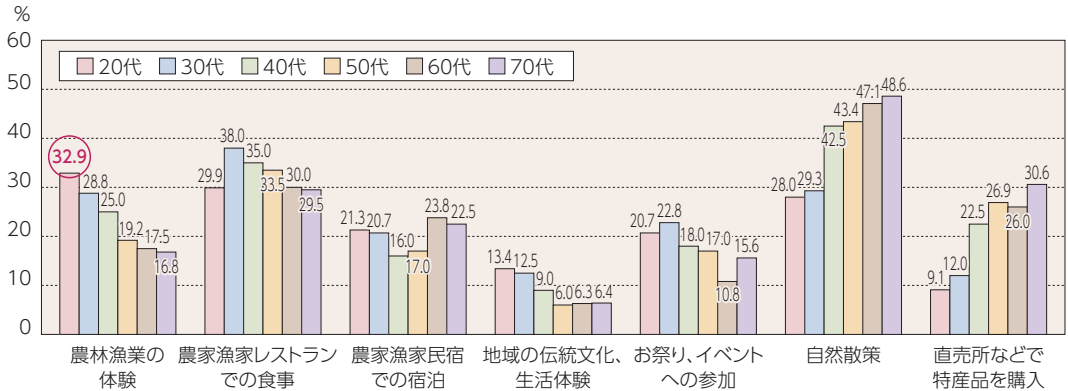


図5 何をして過ごしてみたいか（図4で「過ごしてみたい」回答者、2つまで回答）



# 食品企業が輸出・海外展開に関心高く

— 2014年上半期 食品産業動向調査 —

食品関係企業の景況感は、売上高、経常利益、資金繰りがそろって改善し、1997年の調査開始以来、マイナス幅が最も小さくなりました。そうした中、輸出および海外展開（海外法人への出資や業務提携、海外での法人・店舗の設立）の取り組みをお聞きしました。

## 輸出5割、海外展開4割前向き

まず、農林水産物の輸出状況については、20.4%の企業が「既に取り組んでいる」と回答しました。「検討または計画している」が6.8%でした。「関心はあるが検討していない」が23.0%で、これらを合わせると50.2%の企業が輸出に前向きでした。また、海外展開については、8.3%が「既に取り組んでいる」と回答、「検討または計画している」が4.4%、「関心はあるが検討していない」が27.4%で、合わせて40.1%の企業が海外展開に前向きであることが分かりました（図1）。

続いて、その対象国・地域について聞いたところ、輸出においては「香港」が47.0%と最も多く、次いで「台湾」が46.7%、「米国」が41.6%となりました（図2）。一方、海外展開では、「中国」が41.9%と第1位で、次いで「米国」が22.8%、「台湾」と「タイ」が20.3%となり（図3）、輸出と海外展開での対象国・地域の違いが明らかになりました。

## 水産品輸出が大幅拡大

海外展開に「既に取り組んでいる」「検討または計画している」と回答した企業に、海外の法人や店舗などで国産農林水産物を使用もしくは販売しているかを聞いたところ、使用・販売していると回答

した企業は32.9%あり（図4）。

使用・販売している国産農林水産物の品目を聞いたところ、「水産品」が30.9%と第1位で、次いで「酒」は21.6%、「しょうゆ・みそ」が14.4%、「日本茶」が12.4%、「コメ」「野菜」が10.3%となりました（図5）。同じ質問をした2013年上半期の調査では「酒」が19.5%で最も多く、次いで「水産品」と「しょうゆ・みそ」が17.1%、「日本茶」が14.6%、「畜産品（精肉を含む）」が7.3%でした。

この1年間で「水産品」が大幅に拡大しており、政府の輸出拡大政策がプラスに働き、ホタテ貝などの輸出が増えた影響と見ることができます。

今回の調査結果は、食品関係企業の間でアベノミクス成長戦略に連動して、景況感の改善とともに、海外への積極的な動きが強まってきたことを示すものと思われる、先行きに明るさを与えると言えるでしょう。（情報企画部 澤野 敬一）

### 〔調査要領〕

調査時点：2014年7月1日

調査対象：公庫取引先を含む全国の食品関係企業7,207社

調査方法：郵送により調査票を配布し、郵送またはファックスで回収

有効回答数：2,903社（回答率40.3%）うち、食品製造業1,843社、食品卸売業752社、食品小売業237社、飲食業71社

〔注〕図については、四捨五入の関係上、合計が一致しない場合があります。



図1 「輸出」および「海外展開」への取り組み状況

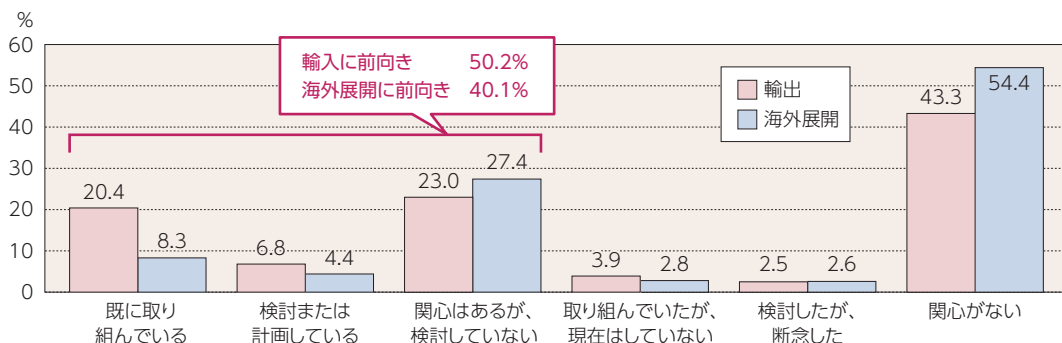


図2 「輸出」における対象国・地域 (複数回答・上位10位まで掲載)

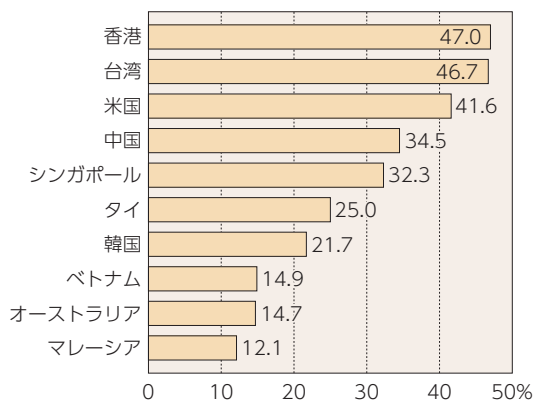


図3 「海外展開」における対象国・地域 (複数回答・上位10位まで掲載)

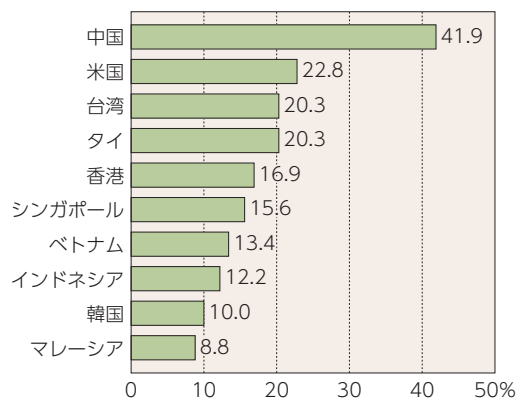


図4 海外の法人、店舗などでの国産農林水産物の使用・販売の有無

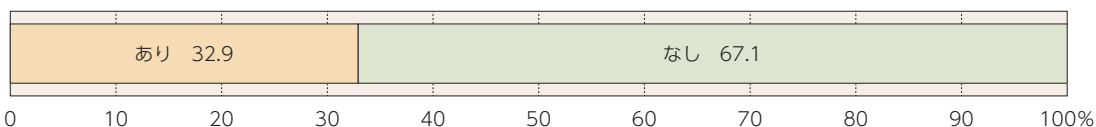
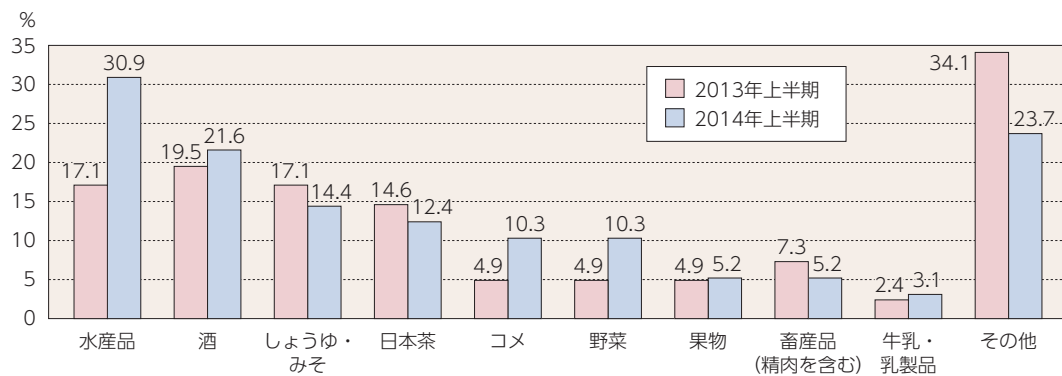


図5 海外で使用・販売している国産農林水産物の品目 (3つまで回答)



プロ農業者たちの国産農産物、加工食品展示商談会

# 第8回アグリフード EXPO大阪2015 2月19日、20日に開催！

「アグリフード EXPO」は、全国各地で国産ブランドを担い、魅力ある農産物づくりに取り組んでいる農業経営者の皆さまや、地元産品を活用した多様なこだわり食品を製造する食品メーカーの皆さまに、広域的な販路拡大の機会をご提供する展示商談会です。

会期／2015年2月19日(木) 10～17時  
20日(金) 10～16時

会場／ATCアジア太平洋トレードセンター  
(大阪市住之江区南港北)  
(<http://www.atc-co.com/>)

規模／340小間(同時開催のシーフード  
ショーと合わせて580小間)

※出展者の募集は終了しております。

来場対象／小売業、商社・卸売業・流通業、  
外食業、中食業・給食産業、食  
品製造・加工業、健康食品・美  
容産業、宿泊業(ホテル・旅館)・  
旅行業、生産者・組合、行政組  
織・学術機関

※業界関係者ではない方の入場は、お断りし  
ております。

※入場には、特別招待状がお一人様一枚ずつ  
必要です。招待状をご希望の方は、「アグ  
リフード EXPO ホームページ」よりお申込  
みください。

(<http://www.exhibitiontech.com/afx/>)

## 同時開催のシーフードショーとは？

(一社)大日本水産会主催による魚食普及を  
目的とした魚・水産商材の商取引を拡大す  
べく開催している展示商談会です。「アグ  
リフード EXPO」との同時開催で「**西日本  
最大級の食材の見本市**」を目指しています。

## 前回の開催結果

登録来場者数：2014年2月20日(木) 6,962名  
21日(金) 6,898名

公式登録来場者数：13,860名

※本来場者数は2日間にわたってご来場いただいた方  
も1名としてカウントしています。

出展者数：合計／513社、383小間

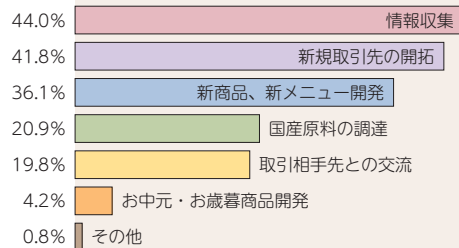
会期中商談件数：1社平均／24件(最高／210件)

会期中成約件数：1社平均／5件(最高／80件)

会期中成約金額：1社平均／143万円  
(最高／3,000万円)

## ● 来場の目的は？

※複数回答可



前回の会場風景



## 出展者・来場者からさまざまな感想が寄せられています！

### 出展者の声

- 関西圏にあまり浸透していなかった製品をアピールし、さまざまな意見を聞くことができ満足している。  
(野菜／青森県)
- 毎年名刺交換をしていた企業から、「今年取引につなげたい」との意向をいただき、自社の6次産業化商品に手応えを感じた。(きのこ／福岡県)
- 紹介した商品以外のものにも興味を持っていただき、今後のお付き合いにつながりそうだ。  
(菓子製造／鳥取県)
- 新商品を展示し、よい反応をいただく反面、改良・改善が必要な点も見つかった。  
(野菜加工／石川県)

### 来場者の声

- プロ意識の高い出展者が多かった。加工品ではない原材料そのものを直接見ることができて良かった。  
(外食業／京都府)
- 6次産業化の進んだ企業の加工品も出品されており、商品開発をする上で大変参考になった。  
(食品製造・加工業／福井県)
- 地産地消や国産へのこだわり、農産物の付加価値化など、アグリフードEXPOのコンセプトに見合う展示で見応えがあった。  
(小売業／愛媛県)
- 実際の試食やサンプル確認ができたため、商品の品質が分かり、商談成立に至った。  
(通信販売業／大阪府)

# 第10回記念開催 アグリフードEXPO東京2015

「アグリフードEXPO東京」は、平成27年に第10回開催を迎えます。ここまで本アグリフードEXPOを育てていただきましたご出展・ご来場者の皆さまをはじめ、関係各位の皆さまに対し、感謝を込めて厚く御礼申し上げます。さて、第10回記念「アグリフードEXPO東京2015」につきましては、平成27年8月18日(火)・19日(水)、東京ビッグサイトにて開催いたします。第10回という節目の開催であり、例年よりも拡大して、西1・2の両ホールを使用し、より魅力的なイベントなども検討してまいりたいと思っております。記念すべき第10回開催にぜひ皆さまご期待ください。

### お問い合わせ

**主催事務局** 日本政策金融公庫農林水産事業本部 情報企画部 TEL：03-3270-4116  
**運営事務局** エグジビションテクノロジーズ株式会社 TEL：03-5775-2855  
<http://www.exhibitiontech.com/afx/>

## 公庫本支店窓口の ご案内

資金のご利用や経営に関するお問い合わせ・ご相談は、お近くの支店や窓口やお客さまフリーダイヤル(0120-154-505)、またはホームページ(<http://www.jfc.go.jp/>)へ、お気軽にどうぞ

店名	郵便番号・住所	代表電話番号
札幌支店	〒060-0001 札幌市中央区北1条西2-2-2 北海道経済センタービル4階	011-251-1261
北見支店	〒090-0036 北見市幸町1-2-22	0157-61-8212
帯広支店	〒080-0010 帯広市大通南9-4 帯広大通ビル3階	0155-27-4011
青森支店	〒030-0861 青森市長島1-5-1	017-777-4211
盛岡支店	〒020-0024 盛岡市菜園2-7-21	019-653-5121
仙台支店	〒980-8454 仙台市青葉区中央1-6-35 東京建物仙台ビル11階	022-221-2331
秋田支店	〒010-0001 秋田市中通5-1-51 北都ビルディング4階	018-833-8247
山形支店	〒990-0042 山形市七日町3-1-9 山形商工会議所会館3階	023-625-6135
福島支店	〒960-8031 福島市栄町6-6 NBFユニックスビル3階	024-521-3328
水戸支店	〒310-0021 水戸市南町3-3-55	029-232-3623
宇都宮支店	〒320-0813 宇都宮市二番町1-31	028-636-3901
前橋支店	〒371-0023 前橋市本町1-6-19	027-243-6061
さいたま支店	〒330-0802 さいたま市大宮区宮町1-109-1 大宮宮町ビル6階	048-645-5421
千葉支店	〒260-0028 千葉市中央区新町1000 センシティタワー 14階	043-238-8501
東京支店	〒100-0004 千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー 2階	03-3270-9791
横浜支店	〒231-0023 横浜市中区山下町89-6 プライムタワー横浜8階	045-641-1841
新潟支店	〒950-0088 新潟市中央区万代4-4-27 NBF新潟テレコムビル3階	025-240-8511
富山支店	〒930-0004 富山市桜橋通り2-25 富山第一生命ビル2階	076-441-8411
金沢支店	〒920-0919 金沢市南町6-1 朝日生命金沢ビル5階	076-263-6471
福井支店	〒918-8004 福井市西木田2-8-1 福井商工会議所ビル3階	0776-33-2385
甲府支店	〒400-0031 甲府市丸の内2-26-2	055-228-2182
長野支店	〒380-0816 長野市三輪田町1291	026-233-2152
岐阜支店	〒500-8844 岐阜市吉野町6-31 岐阜スカイウイング37西棟3階	058-264-4855
静岡支店	〒420-0851 静岡市葵区黒金町59-6 大同生命静岡ビル6階	054-205-6070
名古屋支店	〒450-0002 名古屋市中村区名駅3-25-9 堀内ビル6階	052-582-0741
津支店	〒514-0021 津市万町津133	059-229-5750
大津支店	〒520-0051 大津市梅林1-3-10 滋賀ビル地下1階	077-525-7195
京都支店	〒600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町101 アーバンネット四条烏丸ビル4階	075-221-2147
大阪支店	〒530-0057 大阪市北区曽根崎2-3-5 梅新第一生命ビルディング8階	06-6131-0750
神戸支店	〒650-0044 神戸市中央区東川崎町1-7-4 ハーバーランドタイヤニッセイビル11階	078-362-8451
奈良支店	〒630-8115 奈良市大宮町7-1-33 奈良センタービルディング5階	0742-32-2270
和歌山支店	〒640-8158 和歌山市十二番丁58	073-423-0644
鳥取支店	〒680-0833 鳥取市末広温泉町723 鳥取県JA会館6階	0857-20-2151
松江支店	〒690-0887 松江市殿町111 松江センチュリービル7階	0852-26-1133
岡山支店	〒700-0904 岡山市北区柳町1-1-27 太陽生命岡山柳町ビル9階	086-232-3611
広島支店	〒730-0031 広島市中区紙屋町1-2-22 広島トランヴェールビルディング6階	082-249-9152
山口支店	〒753-0077 山口市熊野町1-10 ニューメディアプラザ山口4階	083-922-2140
徳島支店	〒770-0856 徳島市中洲町1-58	088-656-6880
高松支店	〒760-0023 高松市寿町2-2-7 いちご高松ビル3階	087-851-2880
松山支店	〒790-0003 松山市三番町6-7-3	089-933-3371
高知支店	〒780-0834 高知市堺町2-26 高知中央ビジネススクエア3階	088-825-1091
福岡支店	〒812-0011 福岡市博多区博多駅前3-21-12	092-451-1780
佐賀支店	〒840-0816 佐賀市駅南本町4-21	0952-27-4120
長崎支店	〒850-0057 長崎市大黒町10-4	095-824-6221
熊本支店	〒860-0801 熊本市中央区安政町4-22	096-353-3104
大分支店	〒870-0034 大分市都町2-1-12	097-532-8491
宮崎支店	〒880-0805 宮崎市橋通東3-6-30	0985-29-6811
鹿児島支店	〒892-0821 鹿児島市名山町1-26	099-805-0511
本店	〒100-0004 千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー	0120-154-505 (お客さま専用) 03-3270-4116

## アグリ・フードサポート (2015.1)

制作 (株)日本政策金融公庫 農林水産事業本部 〒100-0004  
 情報企画部 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー  
 TEL 03-3270-2268 URL <http://www.jfc.go.jp/>