

はじめに

先日、テレビで北海道のトマト農家が「美味しいトマトを食べてもらいたくて」という想いから、直売所でジェラートを販売している内容が紹介されていました。決して街中とはいえず、どちらかというとポツンとその店舗だけがあるような場所に、遠方からジェラートを食べにくる若者や、「こここのトマトは美味しい」とトマトだけを買いに来る年配の方がたくさんいるとのこと。

ここ数年、農業経営者が自らの野菜や果物を加工して販売するスタイルでの事業展開が増えています。加工までせずとも、イチゴ農園によるイチゴ狩りなど、農産物の収穫体験や「農ある風景」を楽しんでもらうようなアクティビティを提供する農園もあります。今の農業経営者は、これまでの作物を生産して市場に出荷することを主としていた農業経営から考え方を変え、どのようにすれば自らの作物を消費者に訴えることができるのか、また生産だけではない農業の違った意味を、価値としてどのように消費者に伝えようかと考え、事業を多角的に展開しています。国も、平成23年3月に「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（以下、「六次産業化法」という）を施行し、いわゆる6次産業化（第1次産業×第2次産業×第3次産業＝第6次産業）を推進しています。

また、令和5年5月に公表された「令和4年度 食料・農業・農村白書」においては、農業は国民生活に不可欠な食料を供給する機能等を有するとともに、農村は、農業の持続的な発展の基盤たる役割を果たしており、その振興を図らなければならないとしています。その一方で、人口減少に伴う国内市場の減少や生産者の減少・高齢化等の課題に直面しているほか、世界的な食料情勢の変化に伴う食糧安全保障上のリスクの高まり、気候変動等の課題への対応など、大きなターニ

ングポイントを迎えていると訴えています。そのため、輸入に依存している飼料作物の生産拡大、農林水産物・食品の輸出促進、農業が次世代に引き継がれるよう、若者が意欲と誇りをもって活躍できる魅力がある産業とすることを目指しているところであると宣言しています（以上、「令和4年度 食料・農業・農村白書」より）。

生産者の減少、高齢化への課題といった事情は、産地を訪れると明らかに感じるところです。著者の地元、京都市南区上鳥羽では、ほんの30年前まで、街道を外れると畑や田んぼばかりという状況でしたが、今では、畑はほぼ駐車場や商工業地に変わっています。商工業地として転用が進む農地ですが、もっと地方に行くと何年も手つかずで耕作放棄地になっているところもよく見かけます。ただ、白書に書かれているように、農業における課題は、国策として取り組まなければならない国民生活に直結するものであり、第1次産業は、地域によってはもっとも期待される成長産業です。白書にいう、農業が次世代に引き継がれ、若者が意欲と誇りをもって活躍できる魅力ある産業となるため、農業経営者も、これまでの経営より消費者にもっと直接訴えるかたちでの農業経営を模索し、結果として経営の多角化が進んでいます。

本書は、農業が継続的に発展、維持されていくための農業における労務管理を整える参考書です。年間50回以上農業経営者向けの労務研修を経験し、社労士事務所開業当初から「農業に特化した社労士」として名乗り、活動している著者が、農業経営者に向けて雇用に関する知識を説明する研修過程をそのまま読者に伝えようと意識してまとめました。労務管理の専門家にとっては当たり前でも、知らない農業者が多く、初めて雇用を受け入れるためにもってもらいたい知識を、どのように説明しているかを読み取っていただきたいです。そのために、まずは、農業における労務管理の実情を説明しています。そして、劇的に変化している農業における課題から、単純に作物の生産だけを見据えていない農業経営者が取り組む6次産業化によって、農業労務がどのように変わるのか、を見据えた内容となっています。よって、一

一般的な労務管理や労働法における詳細を網羅しているわけではありません。あくまでも、農業と労務という視点から、著者がこれまで感じた農業労務の勘所をまとめた本です。全般的な労務管理についての解説は本書の役割ではないと考えています。

第1次産業は、あらゆる食料品に必要な原材料を作り出してきた産業です。しかも、それは地球環境の恩恵を大きく受けて、人類が守り続けてきた産業です。この歴史ある大きくて誇らしい産業が、新しい産業として、地域を活性化させる基盤産業となるために、もう一度、力を発揮しようとしています。そのために、どのように地域に人材を呼び込み、定着させるのか、農業経営に携わる方やこれから始められる方、また経営や労務の専門家の先生方には、もっと農業に寄り添っていただき、その結果として、次代の地域と農業の発展、維持のためになれば幸いです。

2024年9月

橋本將詞



もくじ

第1章 農業の課題

第1節	新しい農業経営	2
•	原価度外視で行われてきた青果物の値付け ～キャベツ1玉いくらで買いますか？～	2
•	これからの青果物流通	7
•	農商工連携と6次産業化	8
第2節	6次産業化から農山漁村発イノベーションへ	12
•	6次産業化から農山漁村発イノベーションへ	12
•	6次産業化と労務管理	15

第2章 農業と雇用の難しさ

第1節	家族経営から組織経営へ	18
•	人材育成の難しさ	18
•	農家の家族経営主体の歴史と近年の変化	20
•	「ヒト」の難しさ	23
第2節	雇用契約	29
•	雇用なのか、はっきりとしない関係	29
•	雇用と請負	32
•	労働者性	34
(1)	指揮命令の有無を判断する要素	35
(2)	事業者性の有無を判断する要素	36
•	なぜ労働者保護の法律があるのか	37

第3章 農業と労働条件

第1節 農業と雇用契約	42
・家族経営の破綻～桃太郎 断られる～	43
〈番外〉 家族経営協定	44
・求人～桃太郎 募集をする～	47
・雇用契約書の内容～桃太郎 悩む～	50
・法律に基づく労働条件通知書～桃太郎 納得する～	52
〈番外〉 コンプライアンス	54
第2節 労働条件通知書	56
・労働条件通知書の中身	56
・労働契約期間に関する事項	61
・就業の場所および従事すべき業務に関する事項	65
・始業および終業の時刻	67
・休 憩	70
・休 日	71
・年次有給休暇	73
・賃 金	76
(1) 通貨払いの原則	77
(2) 直接払いの原則	78
(3) 全額払いの原則	78
(4) 月1回以上払いの原則	78
(5) 一定期日払いの原則	78
(6) その他	79
・退職について（解雇の事由を含む）	80
(1) 解 雇	80
(2) 解雇制限	81
(3) 解雇の予告	82

(4) 解雇の事由	82
(5) 農業経営者と解雇	84
・定年その他	85
・農業と定年	85
・自然退職など	86
・パートタイマーの労働条件通知書	86
(1) 始業・終業の時刻等	87
(2) 出勤日	87
(3) 休 暇	88
・日雇労働者の労働条件通知書	88
(1) 始業・終業の時刻、休憩時間、所定時間外労働の有無	88
(2) 賃 金	89
・労働条件通知の方法	90
〈番外〉 農業未経験者等への注意事項の伝え方	91

第3節 農業の就業規則	93
・就業規則として必要な事項	93
(1) 絶対的記載事項	93
(2) 相対的記載事項	94
・農業における就業規則の勘所	94
(1) 実態と合った労働時間	95
(2) 費用負担・安全衛生・職業訓練	95
(3) 社員の定義	95

第4章 農業と労働時間管理

第1節 農業と労働時間	100
・農業は労基法第41条に該当	100
・農業に労働時間の管理は必要?	104
・所定労働時間と法定労働時間	105

• 所定労働時間をどうやって設定するか	107
(1) 所定労働時間設定の3つのポイント	107
(2) 季節による繁忙の把握	111
(3) 休日の設定	114
• 多様な時間管理	115
(事例1) 年間休日管理方式	115
〈番外〉 なぜ1日8時間勤務なのか	117
(事例2) 労働時間積算方式（砂時計方式）	119
(事例3) フレキシブル方式	123
第2節 多様な働き方の提案	126
• 働き方改革と農業	126
• ワーク・ライフ・ブレンド	128
• 多様な人材の受入れと柔軟に働ける機会の提供	130
(1) 年齢	130
(2) 国籍	131
(3) 副業・兼業	132
(4) 障がい者	133

第5章 農業の人事

第1節 採用と定着支援	136
• 農業における採用	136
(1) 計画	137
(2) 募集	139
(3) 選抜	140
(4) 採用	141
• 農業における定着支援	142
• 安全衛生と教育研修	145
(1) 農業こそ安全衛生と安全衛生教育が必要な理由	145

(2) 就業規則への記載	151
(3) 教育訓練	157
第2節 キャリアと人事評価	161
・労働者の立場として	161
・会社の立場として	163
・管理職不在の農業現場	165
・中間管理職をつくる（第1段階）	169
・目的的細分化による事業の細分化（第2・3段階）	172
・キャリアマップの作成	175
〈番外〉 分業を考える	178
・農業法人における人事評価	180
(1) 技術	183
(2) 能力（行動）	192
(3) 結果	196
(4) 評価の活用と昇格・職務権限規程	198
・賃金	200
(1) 年齢給	201
(2) 仕事給	203

第6章 農業の6次産業化と労務管理—

第1節 6次産業と適用除外をどのように考えるか	208
・実態をもって判断	208
・改めて「農業」とは	210
第2節 大きな2つの判断基準	213
・場所的判断	213
・独立性の有無	214
(1) 労働の態様の判断	215
(2) 業務の判断	215

(3) 場所・建物の独立性	216
(4) 会計上の独立性	217
(5) 労務管理の独立性	217
(6) 事業目的の判断	218
(7) その他	218
・徴収法による分類	219
第3節 具体例を検討してみる	222
・例1 トマト農家が直売を開始する	222
・例2 トマトの売れ行きが好調で、栽培面積を増やす	222
・例3 農閑期にも販売できるものとして、ジューススタン ドを始める	223
・例4－1 ジューススタンドが好評、都市部にも出店	224
・例4－2 ジューススタンドが好評、同じ敷地内の店舗を 拡充	225
・例5 イチゴ農家が観光農園を始める	227
第4節 まとめ	228
・6次産業化と労基法第41条適用除外をどう考えるか	228
・6次産業化か、農山漁村発イノベーションか	229
・事例 京樽様プロジェクト協議会	230
・農業と労基法適用除外のこれから	234

凡　　例

本書では、法令等の表記につき、本文等で以下のように省略している場合があります。

正式名称	略　　称
中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（平成20年法第38号）	農商工等連携促進法
地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（平成22年法律第67号）	六次産業化法
労働基準法	労基法
労働安全衛生法	安衛法
労働者災害補償保険法	労災保険法
高年齢者等の雇用の安定等に関する法律	高年齢者雇用安定法
労働保険の保険料の徴収等に関する法律	徴収法

第1章

農業の課題

第1節

新しい農業経営

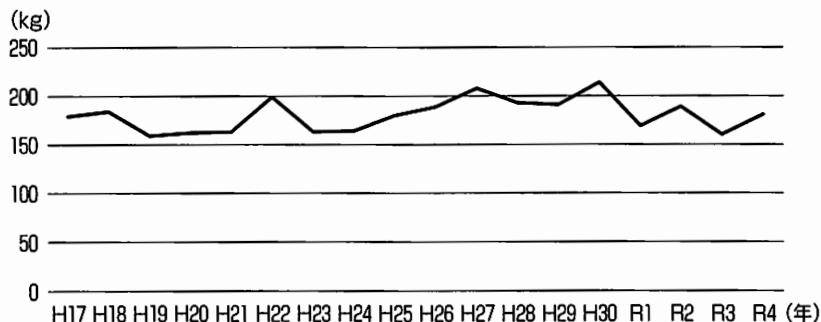
◆ 原価度外視で行われてきた青果物の値付け
 ◆ ~キャベツ1玉いくらで買いますか?~

皆さんが八百屋さんやスーパー・マーケットに買い物に行き、キャベツを1玉買おうとしたとき、躊躇する価格はいくらぐらいでしょうか。躊躇とは、「高い」と感じて購入するか迷ってしまう価格です。

著者は社労士ではありますが、生産者から野菜を仕入れて、マルシェなどを開催した経験があります。消費者に直接野菜を販売する中で、どのくらいの価格であれば、キャベツ1玉があまり深く考えずに手に取られ、購入してもらえるのかを見てきました。それは、1玉180円程度です。これが200円を超え、300円近くになると、多くの人が1玉のキャベツではなく、カットされた半玉を手に取るようになります。

図表1-1は、東京都区部におけるキャベツ1kgの単価の推移です。通常のキャベツの大きさ(規格)を「L」サイズといいます。もちろん、時季によりぎっしり詰まった冬とフワッと巻いた春キャベツの重さはまったく違いますが、Lサイズ1玉をおおよそ1kgと考えてください。

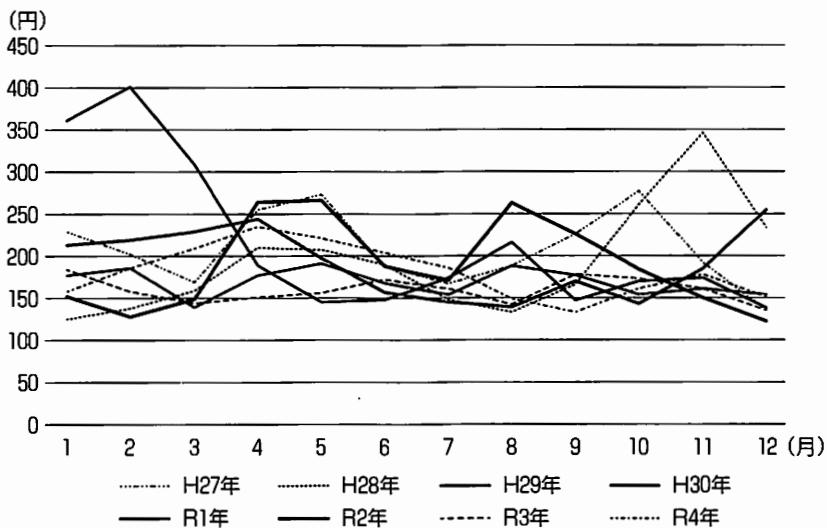
▷図表1-1 キャベツ1kgあたり単価の推移



平成17年から令和4年までのキャベツ1玉の単価の平均は、約180円となっています。驚くべきことは、グラフがほぼ一定だということです。平成17年から、価格は横ばいで推移しています。

図表1-2は、キャベツの平成27年から令和4年までの月ごとの小売単価価格をグラフにしたものです。図表1-1は、このデータから年ごとの平均単価をとったものです。平成30年のみ突出していますが、価格が上がる時期と下がる時期があるのがよくわかります。月ごとの変動が大きいのが青果物流通の基本です。

▷図表1-2 キャベツの月別小売り単価



小売価格が月ごとに変動するとしても、18年間、キャベツは1玉180円を平均として販売されてきました。小売や市場価格から見ると、この価格は適正だと判断できるかと思います。しかし、キャベツを作つ

〈出典〉 図表1-1：農畜産業振興機構「ベジ探」

原資料：総務省「小売物価統計調査」

図表1-2：同上

ている生産者からみると適正なのでしょうか。180円のうち、どれくらいが生産者の手元に入る価格となるのでしょうか。

少し古いのですが、農林水産省の「平成29年度食品流通段階別価格経営調査（青果物調査）」では、小売価格に占める各流通系統の割合が以下のように示されています。

▷図表1－3 野菜の小売価格に占める流通経費等の割合

(%)

生産者受取価格	流通経費			
	集出荷団体 経費	卸売経費 (販売手数料)	仲卸経費	小売経費
51.8	48.2			
	19.6	5.9	8.4	14.3

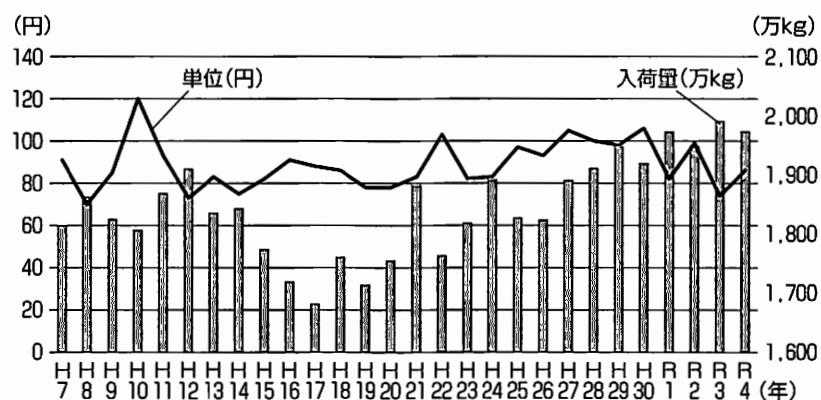
つまり、店頭にて180円で販売されているキャベツについて、51.8%にあたる93.24円が生産者の受取価格となります。基本的にキャベツは、通常のLサイズなら1ケースに8玉入っています（ちなみに、2Lサイズなら7玉、Mサイズなら10玉です）。これをもとに考えると、1ケース（Lサイズ）あたり745.92円です。

さらに、東京都中央市場におけるキャベツの入荷量（kg）と卸売単価（1kgあたり）の推移を見てみましょう（▷図表1－4）。

平成7年から令和4年まで、年によって入荷量に大きな差はあるものの、28年間、根本的な価格の変動はないように思えます。ただし、入荷量は増えているので、実質の単価は下がっているかもしれません。同28年間での卸売単価の平均は88.714円/kgとなっており、これを1ケースとして考えると、こちらも709.712円となります。つまり、30年近く、キャベツの単価はおよそ1ケース709円～745円だというこ

〈出典〉 図表1－3：農林水産省「食品流通段階別価格経営調査（青果物調査）」

図表1-4 東京市場における年ごとのキャベツ入荷量と単価の推移



とがわかります。

著者が平成7年から地元の生産者が出荷する市場価格（著者の場合は京都中央市場）を見てきた体感的にも、今現在までに取引価格が大きく変わったことはありません。キャベツはいわゆる指定野菜の一つであり、農林水産省が「全国的に流通し、特に消費量が多く重要な野菜」として指定した野菜です。そのような野菜の価格が大きく変動すると、国民に大きな混乱を招く可能性があります。ですので、一定の単価で長期間推移することは、国民にとってありがたいことです。

なぜこんな話を持ち出したかというと、そもそもこの価格で生産者が経営していくのかどうかがはっきりしていない点に、問題があるからです。

本来、「モノを作る」ためには、原価があり、それなりの経費がかかります。製造業であれば、あらかじめ行われた原価計算のもと、価格が決定され、採算が合わないモノに関しては製造がストップされ、そのモノの製造から撤退します。これが経営判断です。

〈出典〉 図表1-4：農畜産業振興機構「ベジ探」
原資料：東京・大阪「市場月報」

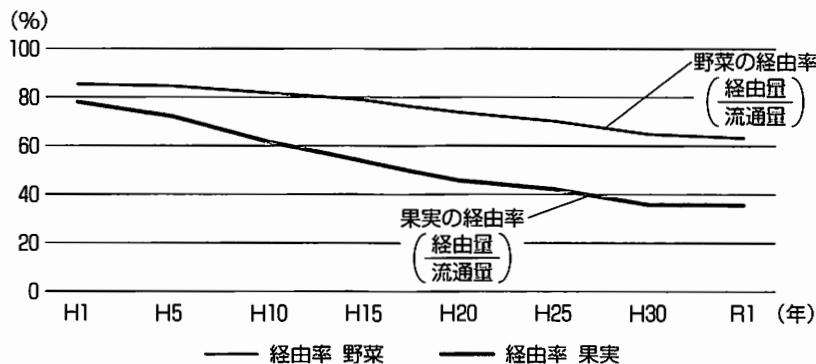
農業も同様に、原価に見合わないとなれば生産をやめ、その作物から撤退できるはずなのですが、農業はそうしてきませんでした。その理由の1つは、家族経営であったために、良くも悪くも自らの労働を原価として捉えていない考え方あります。消費者側からすれば、家族経営という形に甘えてきたともいえます。そこが農業と一般の製造業との大きな違いです。そしてもう1つは、価格決定を市場に委ねていることです。青果物流通の基本は、市場へ出荷して販売を委託する方法です。それぞれの市場における需要と供給のバランスで、先のグラフのような価格が決定されます。ただし、生産量や入荷量といった供給（栽培の結果として出てきた数量）と、キャベツを使いたいというお客様の需要（常に一定量を使うわけではない）の関係でのみ価格が決定される仕組みなので、キャベツの原価を考える余地はありません。また、毎年の価格の微妙な変動が、生産者に「今年は安かったけど、来年は」という期待を持たせることになってしまい、結果として採算が合わないモノから撤退するという判断を鈍らせてしまっています。

図表1－5は、市場を経由している割合を、野菜と果実それぞれグラフ化したものです。平成元年では、野菜は85.3%、果実は78%が市場を経由していましたが、令和元年では、野菜は63.2%、果実は35.6%となっており、減少し続けています。

市場は、多種多様な生産物を1箇所に集め、その地域の細部へと分配する集荷機能を有しており、この機能そのものがなくなることはなく、これからも存続するとみて間違いないでしょう。ただ、農家数は減少し続け、土地持ち非農家は増え続けている中で、法人としての農業経営体は増えています。そして、法人としての農業経営体において、市場出荷以外の販売方法を模索する流れにあることは間違ありません。

この変化の理由は、市場への入荷量（供給）と販売量（需要）によって価格が決定される場合では、農業経営体なりの付加価値をつけることが難しく、価格を自身で設定できないからです。一部の市場関係者

▷図表1-5 市場経由率（市場への入荷量）



(仲卸業者など)は、自ら生産者を開拓し、自身の顧客と農業経営者との取引を実現させるなど、新たな道を模索する動きを活発化させていますが、それはこれからの話です。

◆ これからの青果物流通

農業経営者が、市場流通への販路に希望を見出せなくなった理由は、自身で価格を決定できないことの他に、市場が要求する「規格の統一」があったと考えています。

例えば、著者の地元には、今も京の伝統野菜として登録されている「慈姑」という作物があります。1つの茎から多くの芽が出るところから「子孫繁栄」を意味し、年始のお節料理には欠かせない縁起物として永く食されてきました。慈姑は何重もの薄皮が覆っており、その薄皮を取り除くには手でめくるしかありません。数年前まで、市場は薄皮をめくるところまで要求していましたが、薄皮を完全にめくらないと二束三文の価格しかつかない状況を踏まえて、出荷の規格を変更しました。薄皮をめくるのは、生産者に相当な手間を強いるこ

〈出典〉 図表1-5：農林水産省「卸売市場データ集」

ととなります。この手間なしに市場に出荷できないとなれば、市場以外へ販路を見つけるを得ません。

この例のように、市場への出荷には規格統一を求められることが多くなりました。考えてみれば、消費者に対して商品説明してくれる八百屋さんが少なくなり、消費者が大量に陳列されている商品から選んで購入するスタイルになったことで、まっすぐなきゅうりが重宝されたり、平たいキャベツが陳列のしやすさから高く販売されたりする状況になったのかもしれません。

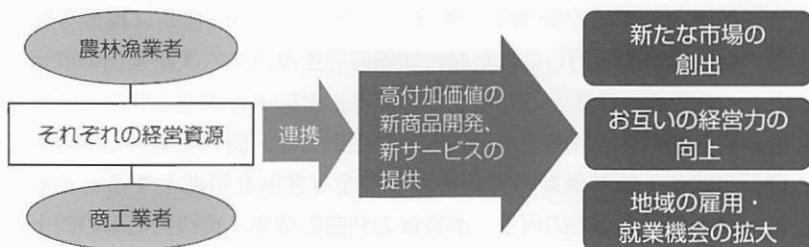
規格を統一しなければならないということは、規格外は二束三文となり、販売できなくなるということです。この規格外の処理について、何とか廃棄せずに済む方法はないかと農業者自身が販路を模索する過程で、大きく「農商工連携」「6次産業化」という流れができてきました。「農商工連携」「6次産業化」は、農業などの1次産業事業者が、作物を市場流通に委ねるのではなく、商工業者との連携または独自に製造・加工を行うことで付加価値をつけ、マーケットに新商品として提案しようという動きをいいます。家族経営が減少していく中で、雇用を踏まえた農業経営を考えたとき、売上を上げるという意味でも、仕事をつくることができるという意味でも、新しい農業経営のスタイルとしてどんどん広まっていくものと考えられます。

◆ 農商工連携と6次産業化

農商工等連携促進法には、その基本方針と農商工等連携事業計画の認定に関することなどが定められており、農林水産省と経済産業省が協力し、農商工連携による新商品開発や販路の開拓等を支援しています。

農商工連携の取組みとは、農林漁業者と商工業者がそれぞれの経営資源を連携させて、より高付加価値の新商品や新サービスの提供を行うことで、新たな市場を創り出し、お互いの経営力を向上させ、地域

▷図表1-6 「農商工連携」の流れ



の雇用に資するというものです。

さらに、農商工等連携促進法の施行から2年後には、六次産業化法が施行されました。市場に出荷できない規格外品の活用が、農商工連携の1つの課題解決方法でしたが、農業者は、作りたくて規格外を作っているわけではありません。できれば正規品を高値で売りたいのが本音のはずです。そこで、無理に規格外品の商品開発にこだわるのではなく、自らのペースで行う風潮の6次産業化が広がりを見せています。著者は、六次産業化法の前文が素晴らしいと考えており、ここに紹介します。

六次産業化法 前文

農山漁村は、長年にわたって我が国の豊かな風土と勤勉な国民性をはぐくみ、就業の機会を提供し、多様な文化を創造してきた。また、農林漁業の持続的かつ健全な発展は、その有する農林水産物等の安定的な供給の機能及び国土の保全等の多面にわたる機能が發揮されることにより、農山漁村の活力の維持向上に寄与するとともに、国民経済の健全な発展と国民生活の安定向上に貢献するものである。

しかるに、我が国の農林漁業及び農山漁村は内外の様々な問題に直面しており、農林水産物価格の低迷等による所得の減少、高齢化や過疎化の進展等により、農山漁村の活力は著しく低下している。

我々は、一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す六次産業化の取組と、地域の農林水産物の利用を促進することによる国産の農林水産物の消費を拡大する地産地消等の取組が相まって、農林漁業者の所得の確保を通じて農林漁業の持続的かつ健全な発展を可能とするとともに、農山漁村の活力の再生、消費者の利益の増進、食料自給率の向上等に重要な役割を担うものと確信する。

同時に、これらの取組は、農山漁村に豊富に存在する土地、水その他の資源の有効な活用、地域における食品循環資源の再生利用、農林水産物の生産地と消費地との距離の縮減等を通じ、環境への負荷の低減に寄与することが大いに期待されるものである。

ここに、このような視点に立ち、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等に関する施策を講じて農山漁村における六次産業化を推進するとともに、国産の農林水産物の消費を拡大する地産地消等の促進に関する施策を総合的に推進するため、この法律を制定する。

※太字・下線は著者による

6次産業化は、単に規格外商品から加工品を生み出すだけではなく、地域資源（である農産物）を利用して新たな付加価値を生む仕組みで、農林漁業者の所得を確保し、それにより1次産業の持続的かつ健全な発展を可能とし、村に活力を取り戻し、消費者の利益や食料自給率の向上の役割を担うことを目指しています（▷図表1-7）。そのため、農業者自身が店舗を持ち、自社製品を直接消費者に販売する直売所の経営や、農業体験を伴う「〇〇狩り」の運営、施設内に農園で穫れた野菜や果物を使ったスイーツなどを提供するカフェを併設するなど、その可能性は大きな広がりを見せ、地域に大きく波及しています。

6次産業化の取組みは、都市に向いた人口を農村へと呼び戻し、農村と都市との距離を縮め、その地域の秘めたる資源を有効に活用する

▷図表1-7 6次産業化の役割



といった働きを、環境負荷の低減を実践しながら進めることができます。田畠が単に「作物を栽培するだけの場」ではなく、大きな意義のあるものだと位置付けていることがよくわかるのではないでしょうか。

なお、6次産業化に取り組む農業者と伴走して活動してきた「6次産業化プランナー」の名称は、令和4年度から「農山漁村発イノベーション（中央）プランナー」という名称に変更されています。



第2節

6次産業化から 農山漁村発イノベーションへ

◆ 6次産業化から農山漁村発イノベーションへ

「令和4年度 食料・農業・農村白書」には、6次産業化の取組みを発展させた「農山漁村発イノベーション」の推進について述べられています。農山漁村発イノベーションとは、従来の加工・販売等に取り組む6次産業化を推進しながら、さらに多様な地域資源を活用し、観光・旅行や福祉等の他分野と組み合わせて、新事業や付加価値の創出を図ることです。推進にあたり、農林漁業者だけではなく、地域企業等多様な主体との連携を図りつつ、商品・サービス開発等のソフト支援や施設整備等のハード支援、全国および都道府県に設けられたサポートセンターを通じて、取組みを行う農林漁業者等に対する専門家派遣といった伴走支援や起業家とのマッチングを行っています。令和7年度までにモデル事例を300創出することが目標となっています。

では、実際に6次産業化に取り組む施設は増えているのでしょうか。

図表1-8を見ても、それほど伸びているようには見えませんが、令和2年以降は新型コロナウィルスの影響で、レストランや観光農園が非常に厳しい状況だったことは考慮しなければなりません。また、この統計は、販売規模が一定額（農産物の加工は10億円、直売所は5億円、観光農園・レストラン・民宿は1億円以上）の農業経営体と、調査対象期間に新たに農産物加工等の事業を開始した農業経営体を調査対象としています。調査対象を規模が大きいところに限定せずに、小規模な事業も含めると、取り組んでいるところは増えるだろうと考えられます。

●著者経歴

橋本 将詞（はしもと まさし）

特定社会保険労務士

昭和47年（1972年）12月17日生。近畿大学法学部卒業

家業としては、地元（京都市南区上鳥羽）の農家の青果物を集め、京都中央市場へ出荷を支援する集荷業を営んでおり、小さな頃から父のトラックの助手席に乗り、農家や市場へ出入りしていた。卒業と同時に他界した父の跡を継ぎ、平成7年より個人事業として集荷業を営み、卸売会社や仲卸業者との取引折衝を行いつつ、市街地化と高齢化で減少していく田畠を目の当たりにし、上鳥羽という小さな地域でありながら、日本農業の縮図であると考えるようになる。また、亡き父の年金に関して、年金制度に疑問を持つところから、社会保険労務士を目指し、平成12年合格。翌年開業。集荷業者として地元野菜のマルシェやネットでの販売をしつつ、これから農業には雇用が欠かせないと考え、農業に特化した社労士事務所を目指す。

平成23年、地元の生産者に有志を募り、特定農作業従事者団体「京都農業有志の会」を設立、ASIAGAP指導員、6次産業化プランナーなど農業に関する資格を取得し、現在は、顧問先の9割が農業法人となっている。また、農業経営塾の講師などをこなしている。

