

令和7年度チャレンジ農業支援事業効果調査報告書 概要版

調査の内容

チャレンジ農業支援事業(以下、「支援事業」と略記)の利用促進を目指し、令和5~6年度に支援事業を活用した農業者及びそのグループに対して、アンケート調査および自由意見交換会を実施し、支援事業の活用内容や効果、その後の経営状況等の確認を行い、事業効果と課題の検証を行った。また、今後の支援事業の最適化・充実化、効果的な施策立案につなげるために、農業者、専門家および販路開拓ナビゲータによる検討会議を設置し、支援事業のさらなる発展と改善の方向性を検討した。

支援事業活用後の農業者に対するアンケート調査

対象者: 令和5~6年度支援事業活用者219件
 回答者: 136件(回答率:62.1%)

1. 回答者の属性

回答者の年代は、「40代」が26.2%で最も多く、次いで「50代」が20.2%、「60代」が19.2%で続き、平均は54.6歳となった。40~60代が6割以上を占める。(図1)

農業経営の内容は、「野菜の生産」が68.5%で最も高く、次いで「果樹の生産」と「農産物の直売」がともに40.0%で続く。(図2)

図1: 回答者の年代

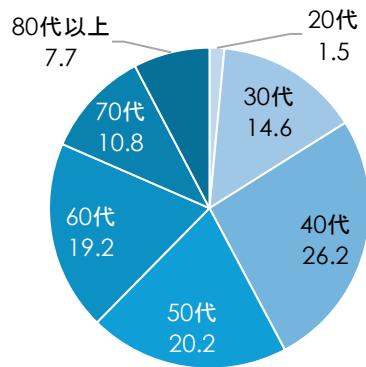
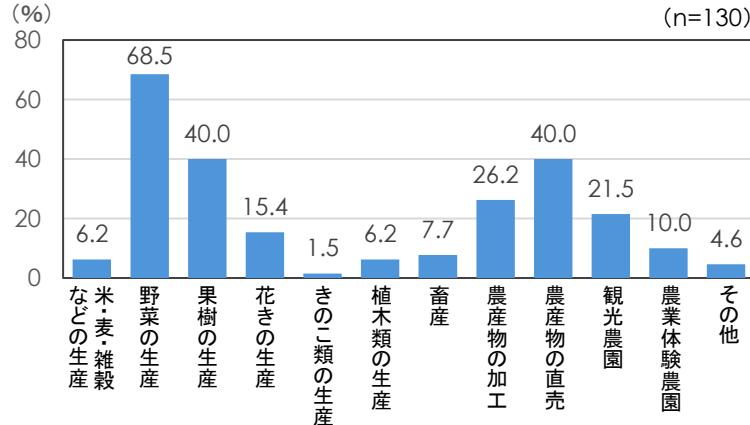


図2: 農業経営の内容(複数回答)



2. チャレンジ農業支援事業を知ったきっかけと利用目的

支援事業を知ったきっかけは、「今までに活用したことがある」が28.8%で最も高く、次いで「東京都農業改良普及センターから紹介された」が16.8%、「すでに活用している農業者に勧められた」が14.4%で続く。(図3)

支援事業を活用した目的(上位3位までを回答)は、「販売促進」が78.6%で最も高く、次いで「ブランディング」が72.2%、「農園のPR」が50.0%で続く。(図4)

図3: 支援事業を知ったきっかけ(単一回答)

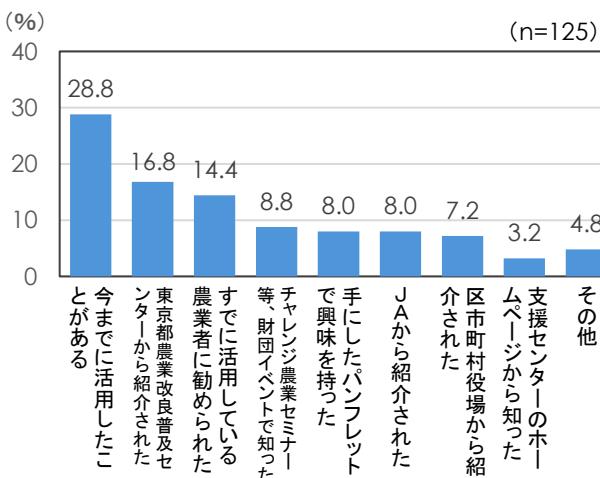
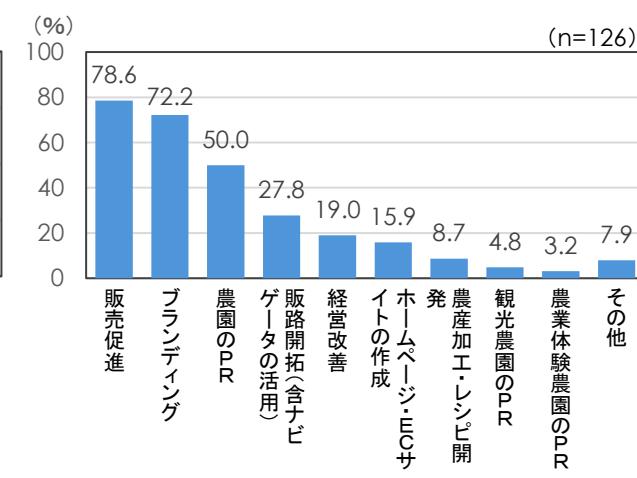


図4: 支援事業を活用した目的(上位3位/複数回答)



3. ブランド化に取り組んだ効果

※ブランド化: イメージ向上を目的に、ロゴ、看板、のぼり、ユニフォームを制作した取組

ブランド化の取組による変化は「リピーターや固定客が増えた」「品質や特長が伝わるようになった」「値上げができた」が前年より10ポイント以上増加した。(図5)

4. 支援事業の評価と課題

支援事業の活用前後における経営内容の変化は、『売上』の増加が66.4%、『来客数』の増加が65.7%、『利益』の増加が61.0%となった。一方、『生産量』の増加は46.2%で、上記に比べて増加させることが難しいことがうかがえる。(図6)

支援事業の満足度は、『全体的な結果』が95.1%であるのを始め、いずれも約8割以上と高く、特に、『支援センターの対応』が96.6%となった。(図7)

現在抱えている改善したい課題は、「雇用労務管理(人材確保、雇用契約、従業員の定着等)」が31.7%で最も高く、次いで「農産加工品開発(試作、レシピ開発等)」が28.6%、「事業継承、相続(後継者問題、経営継承、相続手続き等)」が27.8%で続く。(図8)

図8: 現在抱えている改善したい課題

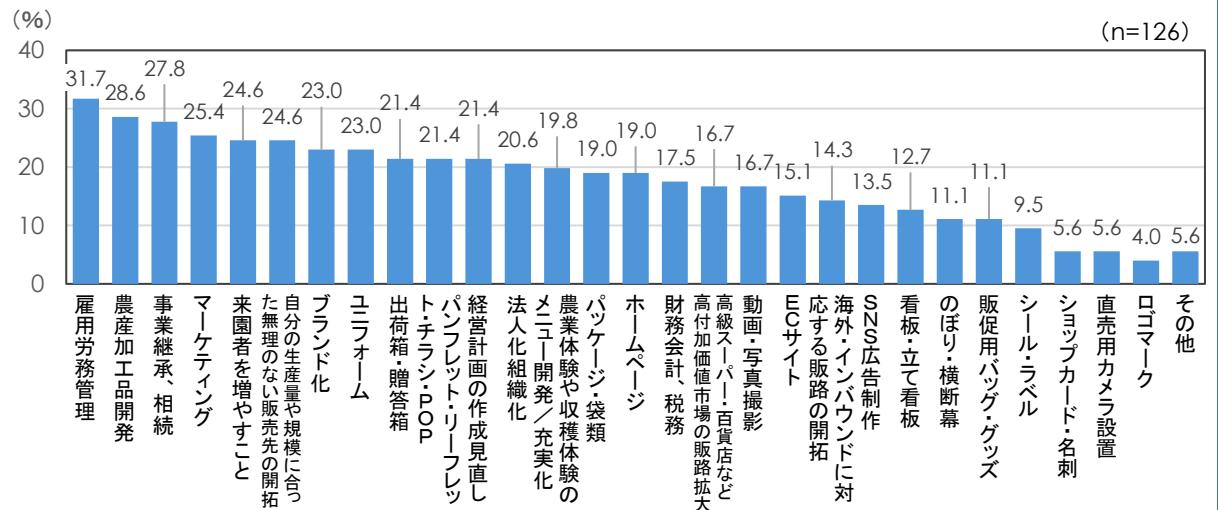


図5: ブランド化の取組による変化

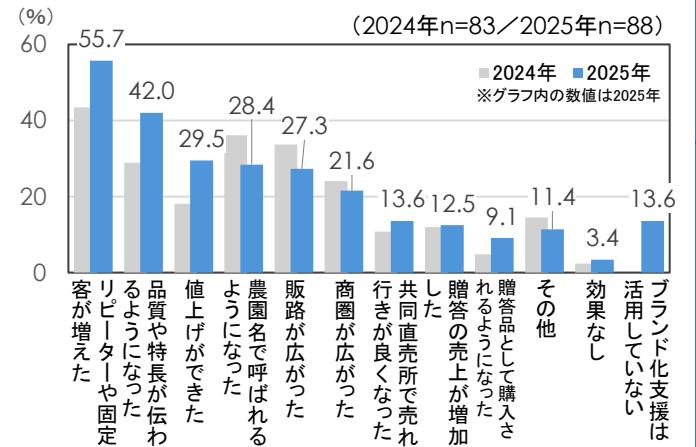


図6: 支援事業活用前後での経営内容の変化

	20%以上増加	20%未満増加	変化なし	減少
利益 (n=118)	20.3	40.7	35.6	3.3
売上 (n=119)	27.7	38.7	31.9	1.6
販売量 (n=117)	23.9	35.9	35.9	4.3
単価 (n=118)	12.6	39.8	46.6	0.8
生産量 (n=117)	18.0	28.2	51.3	2.6
来客数 (n=115)	25.0	40.7	34.3	0.0

図7: 支援事業の満足度

	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満
専門家 (n=103)	72.8	21.4	3.9	1.0	1.0
販路開拓ナビゲータ (n=34)	55.9	23.5	11.8	2.9	5.9
支援センターの対応 (n=116)	84.5	12.1	2.6	0.9	0.0
助成金 (n=78)	67.9	25.6	1.3	3.8	1.3
販促物の出来栄 (n=107)	64.5	21.5	12.1	0.9	0.9
全体的な結果 (n=123)	69.1	26.0	3.3	0.0	1.6

自由意見交換会

対象者:令和5～6年度支援事業活
参加者:(チャレンジ農業支援事業のための自由意見交換会)9名
(観光農園経営者向けチャレンジ農業支援事業のための自由意見交換会)7名

1. 農業経営における主な課題

- | | |
|---------|--|
| 労働・雇用 | <ul style="list-style-type: none">長時間労働。社員や農業者本人が休憩できない。担い手を雇うための収益確保が困難。繁忙期の人件費負担が大きい。雇用に関する法的規制や労務管理、人材管理のマネジメントが複雑。 |
| 収益性・コスト | <ul style="list-style-type: none">農産物の値上げ(価格転嫁)が難しい。野菜の単価が低すぎる。輸送コストが野菜の単価を上回るケースがある。リピート客に対するの価格維持の配慮から値上げに踏み切れない。 |
| 設備・インフラ | <ul style="list-style-type: none">井戸や水道などのインフラ整備費用が高額。猛暑により、光熱費が高額。農機具代が高く新規就農のハードルになっている。集客のピーク時期は駐車場が不足するが、閑散期には不要になる。 |
| 流通・販路 | <ul style="list-style-type: none">販売に関わる作業が煩雑(注文ごとの仕分け、連絡手段がバラバラ)。開拓後の販路の維持が困難(出荷体制、細かい注文対応、利益確保が必要)。 |
| 外部環境 | <ul style="list-style-type: none">気候変動による栽培方法の変化(水利のない畑は特に厳しい)。猛暑対策は、従業員や顧客の安全確保、集客減などから、大きな課題。 |
| IT環境 | <ul style="list-style-type: none">予約システムなど、ITツールの活用が進まない。 |

2. 支援事業に対する課題と要望

- | | |
|------------------|---|
| 支援体制・
仕組みの改善 | <ul style="list-style-type: none">農業経営の全体像を捉える総合コンサルティング機能の導入東京都や農業振興事務所等、関係機関との連携強化複数年支援の導入・継続的なフォローアップ新技術を導入する際のパイロット導入の支援 |
| 支援内容・
範囲の拡充 | <ul style="list-style-type: none">継続性を意識した販路の提案人的資源の確保や、スタッフ・来園者に対する安全対策・保険対応への支援専門的な情報やノウハウ習得のための相談窓口の設置東京の農業全体、観光農園全体の振興のための支援 |
| 申請・審査プロ
セスの改善 | <ul style="list-style-type: none">審査会でのプレゼン機会の提供熱意が伝わる申請書の内容や、書類作成が不慣れな農業者に対するサポート |

検討会議

参加者:農業者3名、専門家2名、販路開拓ナビゲータ1名

1. 支援事業の効果と成功要因の事例

- 事例① 高齢層中心の顧客に危機感を抱き、直売時間を変更するなどして顧客層の転換に成功。また、専門家からの後押しで価格を見直し、売上増加。
(成功要因) 専門家のアドバイスを素直に聞き入れ実践する「受け入れる力」があった。
- 事例② Webサイト制作によって、不要な問合せが減少、システムを通じた予約が増加し業務が効率化。また、デザインが統一化されたツール制作により、ギフト利用が増加。
(成功要因) 明確な経営ビジョンを持ち、ツール活用に対する高い目的意識があった。
- 事例③ 販路開拓ナビゲータを通して、ホテル等との「サステナブルプライス」での契約取引を獲得。その実績をベースとして他の販路拡大や、ニーズに合わせて規格を変更。
(成功要因) 支援事業の取組をきっかけとし、実績として活用することで販路を拡大。

2. 支援事業における課題や支援ニーズ

- 農業者と専門家・販路開拓ナビゲータとの信頼関係の構築、つなぐコーディネーターの重要性
- 農業者自身のビジョンや実行力、ビジネス感覚の醸成
- 農業者、専門家・販路開拓ナビゲータ双方における情報整理と事前の情報提供、連携強化
- 流通・物流における課題解決のための仕組みの整備
- 支援期間の柔軟な延長による継続的なフォローアップ

支援事業のさらなる発展と改善の方向性

支援領域の拡充

- **ブランド力向上や集客力向上に向けた支援の強化・重点化** 助成金 専門家派遣 その他
ブランド力向上や、顧客とのつながり強化・集客力向上に向けたセミナーやeラーニングなどによる学びの機会を増やすとともに、専門家派遣の充実・強化を図る。
- **農業経営体に対するコンサルティング支援の検討** 専門家派遣 助成金
経営計画・事業計画の必要性を伝え、持続的な農業経営を検討するなど、農業経営体の将来像を基軸とした総合的なコンサルティングを実現させる支援を強化する。
- **農業経営に役立つ情報提供、相談窓口設置の検討** その他
東京都や農業団体等との役割分担を明確にし、それぞれ専門的な情報提供ができるよう連携をふまえた相談窓口の設置を検討する。
- **農業・観光農園全体の普及・啓蒙に対する理解促進・支援の検討** 助成金 専門家派遣 その他
東京都の農業・観光農業全体を盛り上げるため、都市農業や観光農業の持つ付加価値を可視化し、都民に向けた理解促進を図るための支援を充実させる。
- **雇用労務管理、事業継承・相続に対する支援の検討** 専門家派遣 その他
農業経営存続のため、労務管理や人材確保、法人化を含めた総合的な支援を提供する。

既存支援内容の強化

- **継続的なフォローアップ・中長期的支援** 専門家派遣 販路開拓ナビ 助成金
継続的なフォローアップや中長期的な伴走支援、個々の相談内容に応じた効果的な派遣を実現する。
- **コーディネーター機能の強化** 専門家派遣 販路開拓ナビ
農業者側、専門家・販路開拓ナビゲータ側の双方をつなぎ、円滑かつ効果的な支援につなげるために、事前の個別相談から事業終了後の事後確認まで、巡回訪問などを通じた一貫的な支援を実施する。
- **支援事業を円滑に実施するためのコミュニケーション強化** 専門家派遣 その他 販路開拓ナビ
コーディネーターを介して、農業者、専門家・販路開拓ナビゲータのコミュニケーションを強化することによる有機的な支援を実現する。
- **農業者の学びの場の提供** 専門家派遣 その他
農業経営ビジョンやビジネス感覚を醸成する支援や学びの場の提供を行う。
- **申請方法・審査プロセスの検討** 専門家派遣 助成金
助成金申請者の意向をふまえた助成金申請支援や審査を行う。