

利益計画



農業法人のモデル利益計画

中小企業診断士
長谷川 勇

I 業界の概要

1 農業法人とは

「農業法人」とは、自然人ではなく「法人」の形態で農業を営む法人のことで、農協法に基づく「農事組合法人」と、会社法に基づく「会社法人」がある。

農業法人は、農地法の区分として農業経営を営むための農地を取得できる権利を有する「農業生産法人」と、農地を利用しない「一般農業法人」がある。

2 農業生産法人

「農業生産法人」とは、農地の所有権・賃貸権を取得して農業を営む法人で、次の4要件を満たす必要がある。

(1) 法人形態要件

- ・株式会社（譲渡制限株式発行会社に限定）
- ・特例有限会社、合名会社
- ・合資会社、合同会社

(2) 事業要件

- ・主たる事業が、農業及び農業に関連する農産物の加工・販売などであること

(3) 構成員要件

- ・その法人に、農地を提供(売却・賃貸など)している個人
- ・その法人の農業に年間150日以上従事
- ・その法人に農地などを現物出資した農地保有合理化法人
- ・地方公共団体、農協、農協連合会
- ・産直相手の消費者など、法人の行う事業と継続的取引関係にある個人・法人（3年以上）

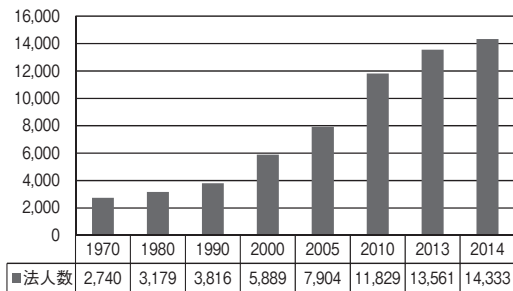
(4) 業務執行役員（経営責任者）要件

- ・株式会社では取締役、合名・合資・合同会社では業務執行役員、農事組合法人では理事（農業従事者である組合員）であること
- ・業務執行役員の過半は、この法人の農業及び関連事業に常時従事（年間150日以上）し、かつその過半数は実際の農業に年間60日以上従事すること

3 農業法人の推移

農業の産業化・成長産業化が緊急の課題である。農業の国際競争力のなさが、TPPやEPA等の輸入関税引下げ交渉のネックであり、日本全体の国際競争力の低下原因の一つとなっている。

●図表-1 農業法人数の推移



(出典) 農林水産省経営局(各年1月1日現在)

農業は、人知では制御できない自然環境に大きく制約される産業である。狭隘な土地での日本の農業と、諸外国の大平原での大規模農業との対等な国際競争には限界がある。

しかし、戦前の不幸な小作農の再現防止を目的としているかの感のある各種の岩盤規制を撤廃することは日本の消費者利益でもあり、経営の効率化と食の安全を両立させる仕組みとして、農業法人に期待が高まっている。

このような期待に応じて、農業法人は年々増加の一途を辿っている。

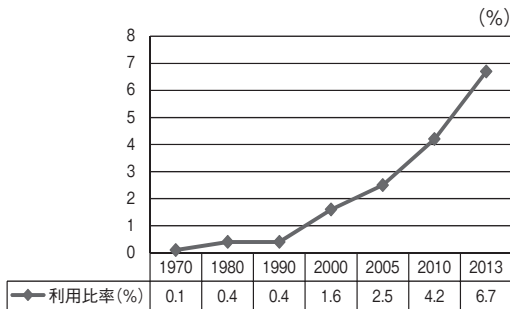
規制緩和のあった2000年から2014年までの14年間で、5,889社から1万4,333社へと2.4倍に増加している。

4 ● 農業法人増加の要因

農業法人数の増加に伴い、農業法人の全農地面積に占める利用面積の比率は、2000年の1.6%から2013年の6.7%へと、13年間に4.2倍に増加している。

農業法人の増加の背景には、後継者不在による耕作放棄地の増加、細分化された農地による非効率的な農業経営がある。これらの課題の解決策として、農地の集約化と経営の大規模化、資本の集中、従業員の組織化で効率的な経営を可能にする農業法人が必要とされている。

●図表-2 農業法人の農地利用面積比率



(出典) 農林水産省「H25年度食料・農業・農村の動向」

5 ● 企業経営上の法人化メリット

個人営農を法人化することにより、多くのメリットを享受することができる。

(1) 経営管理上のメリット

- ・経営者意識が向上する。
- ・家計と経営が分離され、経営管理が容易になる。

(2) 対外信用力向上のメリット

- ・財務諸表の開示で信用力が向上する。
- ・法人化でイメージが向上し、取引や従業員の採用が有利になる。

(3) 人材の確保と育成上のメリット

- ・法人に就職することで、経営能力・農業技術を習得することが可能となり、就農研修者の受け皿となる。
- ・社会保険の充実、福利厚生の上昇、有能な人材の確保が可能となる。
- ・意欲と能力のある従業員から、後継者を確保することが可能となる。

6 ● 農業法人化の制度上のメリット

(1) 税制上のメリット

- ・役員報酬を給与所得とすることで、課税が軽減される。
- ・欠損金は、9年間繰越控除できる(個人は3年間)。
- ・経営者への退職金支給が可能となる。

通則法

所得税

法人税

相続税

消費税

法務

経営

関連業務

・経営者へ生命保険の掛け金は、経費に算入できる。

(2) 農地の権利取得

・農業生産法人は、農地の権利取得が可能になる。

(3) 資金調達

・長期低利な制度資金（スーパー L）の融資限度額が拡大する。

7 ● 法人化の制度上のデメリット

赤字であっても、県民税・市町村民税の均等割税額の納税義務が生じる。

複式簿記による記帳・決算書作成（損益計算書・貸借対照表・キャッシュフロー計算書）が義務化され、事務処理の負担が増加する。

8 ● 農業法人化支援策

基幹的農業従事者174万人のうち、農業以外の産業では、引退している70歳以上の農業従事者が全体の47%を占めている。農業担い手の高齢化や後継者不足や耕作放棄地の増加など、将来展望を描けない地域・集落が多数存在し、農地の集約化・担い手の集団化に向けて、国の各種支援策が講じられている。

(1) 人・農地プランの作成

持続可能な農業を実現できるよう、集落・地域単位で話し合い、人と農地の問題を一体的に解決する未来の設計図である「人・農地プラン」の作成を支援している。人・農地プランの話合いを通して担い手への農地の集約、新規就農・経営承継の促進、集落営農・農業法人の育成など、農業の体質強化を目指している。

(2) 集落営農の促進

集落営農とは、集落を単位に農作業に関する取決めにより、地域ぐるみで農作業の共同化や農機具の共同利用をして、経営の効率化を目指す組織のこと。

集落営農には、「任意組織の集落営農」と「法人組織の集落営農」があり、法人組織の方が、総収入や経営規模、収入の増加割合が高い。集落営農の法人化に際しては、定款作成、登記申請手続、会計経理知識の習得、契約書の作成、設立準備会の費用などを助成している。

(3) 地域連携推進員の支援活動

農業普及員 OB や引退した高齢農業者等の地域連携推進員は、人・農地プランの見直し、集落営農の組織化、新規営農者の定着化等の支援活動をしている。

9 ● 農地中間管理機構による支援

日本農業の問題の一つに、農地の細分化・分散化があり、農業経営の効率化を阻害し、規模の利益を失っている。

農地中間管理機構は、域内に分散している農地を整理して担い手への農地の集積・集約をすることで農地利用を最適化し、農業の構造改革と生産コストの削減を図っている。農業法人を側面から支援する組織である。

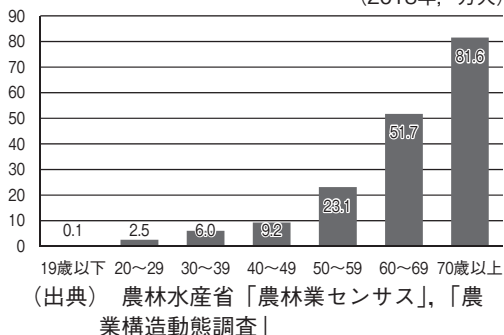
しかし、1 法人当たりの平均借入農地面積は、2.4ha 前後で増減し、経営の効率化、国際競争力の強化を阻害している。

個人経営であれ法人経営であれ、農地の集約化による規模の利益を享受できる環境整備が緊急の課題である。

耕作放棄地を意欲のある農業経営者に委ねることで、農地の有効活用と食料自給率の改善が期待できる。このような課題の解決策として各都道府県に第3セクターである農地中間管理機構が設けられ、出し手から農地を借り受け、農地をまとめて農業の担い手に貸し付けることが基本的な役割である。

必要に応じて、農地の大区画化や農業担い手の希望に応じて農地を集積・集約化して貸付けもしている。

●図表-3 基幹的農業従事者数 (2013年, 万人)



10 ● 農業法人の実態

日本農業法人協会の調査によると農業法人の実態は図表-6のとおりである。売上高基準では、大多数が中小零細企業の規模である。

営農類型別では、キノコ栽培が産業化されており農地に左右されないで、需要に応じて規模の拡大が可能な特性が反映されている。最も効率化が求められている稲作が、最も小規模経営となっている。

調査結果から見えてくる特徴は、農協との関係が希薄になっている点である。特に経営課題の相談先としてのJAは、農業法人にとって遠い存在となっている。

11 ● 農業の高付加価値化支援

また国は、農産物を、単なる素材・原料として生産・販売するだけでなく、自ら加工して付加価値を高めて販売することで農村の所得や雇用の増大を図ることを支援している。農商工連携による6次産業化がその代表例といえる。「6次産業化プランナー」は、農産物を生産・加工・販売する6次産業化を推進するための、創業から事業計画の認定申請や、事業開始後の販路拡大などを支援する。

平成23年度認定開始後、平成26年3月31日現在、認定件数は1,811件に達している。

12 ● 野菜の自給率推移

野菜は生鮮商品の代表的存在であり、鮮度を維持するため、都市近郊が生産基地として優位な立場を維持してきた。しかし、保冷技術の向上やコールドチェーンの整備により、環境変化が生じている。

野菜の自給率は年々低下し、平成24年には78%となり輸入冷凍野菜は22%を占めている。輸入野菜の用途は、加工用と業務用がほぼ100%を占めている。このことは、輸入の増加は保冷技術の向上だけでなく、業務用に求められる安定供給に、国産野菜が対応できていないことの反映といえる。

しかし、アンケート先（無回答を含む）の42%が、国産野菜の利用増加を意識している。これは加工・業務用へのビジネスチャンスの余地が十分あることを証明している。

13 ● 野菜の流通ルート

野菜の流通は、これまで、農業生産者→JA→卸売市場を経由して消費者に届けられている。

現在では、農業生産者の大規模化やネット通販の発達により、卸売業を経由しないパイプが徐々に太くなってきている。

II ● A 農園の概要

1 ● A 農園の概要

- ・業種：野菜生産業
- ・創業：平成23年
- ・農地：2ha
- ・経営者：A氏 40歳
- ・事業所：大都市近郊
- ・従業員：5名（含むパート、研修生）
- ・法人化計画：3年後

通則法

所得税

法人税

相続税

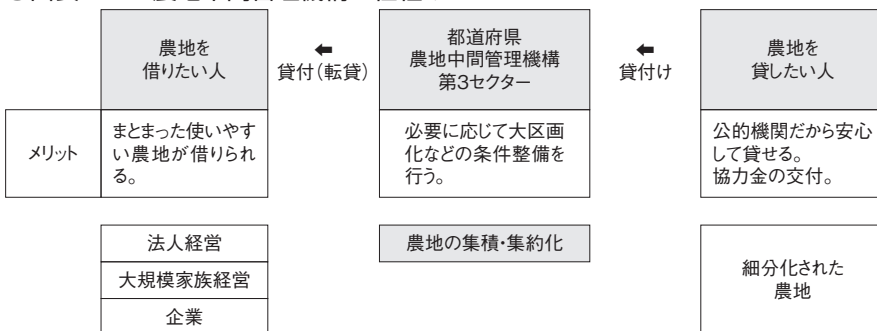
消費税

法務

経営

関連業務

●図表－4 農地中間管理機構の仕組み



(出典) 農林水産省

●図表－5 借入農地面積

年	借入農地面積 (ha)	法人数	農地面積 (ha)/法人
2010.9	750	274	2.7
2011.9	1,312	599	2.2
2012.9	2,449	1,013	2.4
2013.9	3,178	1,338	2.4
2014.9	5,121	1,712	3.0

(出典) 農林水産省経営局

2 ● 第二創業の経営者

A 農園は大都市近郊に立地し、中心市街地から20km圏の市街化調整区域である。中心市街へのアクセスが便利で、ベッドタウンとして人口は増加傾向にある。

都市近郊としては珍しく、両親は酪農を業としているが、ベッドタウン化の進展に伴い、臭気への苦情が高まり酪農に限界を感じていた。後継者は、大学卒業後流通業(スーパー)の経営企画部門に長らく属し、企業経営の面白さを経験していた。高齢の両親から、家業の引継ぎを求められ迷いが生じていた。

都市近郊での酪農に限界を感じ、都市近郊方型の野菜農業のビジネスモデルの夢を両親に話して了解を得て、事業承継を機会に、事業転換をする第二創業となった。

両親は野菜生産の経験はなく、後継者は他の野菜農家で1年間の修行を積んで実家に戻りゼロからスタートさせた。

3 ● 放牧地を野菜生産農地に

両親は乳牛を飼育しているが、大都市近郊の環境で、一般にイメージするような大規模酪農家ではない。牧草地に放牧していたので、野菜農地としては十分な規模を維持できる。

酪農は徐々に規模を縮小してきたが両親は健在であり、両親が乳牛の世話のできる範囲で、酪農を継続している。数年後には酪農を廃業し、野菜生産に専念する予定である。それまでに野菜専業として自立できる経営を確立し、消費者に直接販売する都市型農業のビジネスモデルを目指している。

III モデル企業の利益計画の現状と問題点

1 ● 農地の活用が不十分

縮小しつつあるとはいえ、両親は酪農を継続しているため、牧草地が多く残されており、農地の有効活用意識が十分ではない。酪農は、副産物として堆肥を生み出して、良質な有機肥料を供給している。野菜生産とのシナジー効果や両親への遠慮からも土地の有効活用に手が付けられていない。

2 ● 野菜生産技術の未熟

●図表－6 農業法人の実態
農業法人実態調査

		平均	
経営者平均年齢	56.7歳	60歳台が最多	
常勤従業員数	19.2人	正社員・パート含む。100人以上1.7%(15件)	
年間売上高	2億9,000万円	3年連続前年比増	
キノコ	3億6,000万円	7割以上が1億円以上	
穀物・イモ・豆・工芸作物	2億8,000万円		
野菜	2億5,000万円		
稲作	8,000万円	8割が1億円未満, 平均経営規模 42.9ha	
JA組員	477法人	878法人の54%	
経営者が組員	248人		
役員が組員	42人		
法人が組員	354法人		
経営課題相談先			
税理士・会計士	76.4%		
普及指導員	23.3%		
取引先金融機関	19.6%		
農業会議(所)	17.1%		
JA	16.2%		

(出典) 日本農業法人協会 (2013.06.12: 調査対象 1722法人, 回答878法人)

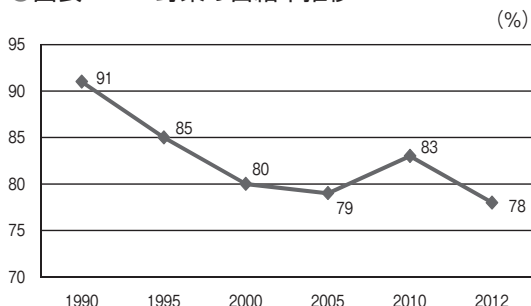
通則法

所得税

法人税

相続税

●図表－7 野菜の自給率推移



(出典) 財務省「貿易統計」, 農林水産省「食糧自給表」

●図表－8 野菜の自給率推移

区分	1990年度	2000年度	2005年度	2010年度
加工・業務用	88%	74%	68%	70%
家計消費用	99.5%	98%	98%	98%

(出典) 農林水産省「野菜をめぐる情勢(平成25年11月)」

消費税

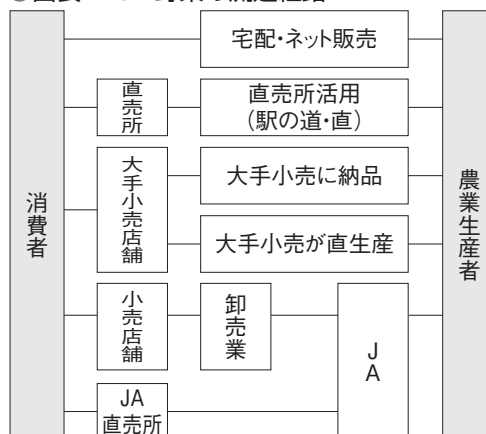
法務

●図表－9 国産野菜の利用動向

回答	(%)
積極的に国産を継続利用・増やす	24.10%
可能な範囲で国産利用継続・増やす	17.80%
これまでと変わらない	21.50%
可能な範囲で外国産の利用継続・増やす	0.30%
積極的に外国産の利用継続・増やす	0.30%
無回答	36.10%

(出典) 農林水産省調査(2011年1月)

●図表－10 野菜の流通経路



経営

関連業務

●図表-11 SWOT 分析

	機 会	脅 威
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・食の安全意識の高まり ・円安による国産野菜の価格競争力向上 ・農業法人化支援策の強化 ・耕作放棄地の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・農業後継者の減少 ・TPP・EPA 締結の増加 ・輸入原材料の高騰
	強 み	弱 み
財務の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・当面借地は不要 	<ul style="list-style-type: none"> ・農地拡張の資金不足
顧客の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・朝採り新鮮野菜の提供 ・有機減農薬野菜の提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・超近隣消費者へのみ提供 ・量的に不十分
業務プロセスの視点	<ul style="list-style-type: none"> ・直販スタンドの設置 ・道の駅での直販 	<ul style="list-style-type: none"> ・人手不足 ・ロスの発生
学習と成長の視点	<ul style="list-style-type: none"> ・研修生の受入れ ・普及指導員の支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・経験不足

後継者は農家での生まれ育ちではあるが、両親は酪農家であり野菜生産に関しては全くの素人。スーパー退職後の1年間の野菜農家での修業だけでは、野菜農家としての経験は不十分といえる。

なぜなら土壌の質の違い、ハウス栽培と露地栽培の違いや気温の違いなども重なり、生育技術としてはゼロからの出発で、試行錯誤の繰返しとなっている。

3 ● 販売ルートはゼロからの開拓

スーパーでの勤務経験で、JA や卸売市場を経由する流通ルートのメリットとデメリットを熟知している。

ただ現在は、JA・卸売市場との関わりを持たずに直販に頼る経営しており、販路をいかに拡大するかが課題となっている。

4 ● 利益管理はどんぶり勘定のまま

スーパー勤務の経験から、利益管理の重要性は十分に認識しているが、どのような方法で作物別の利益管理をしたらよいか方法が見つからないまま、日々の仕事に追われてしまっている。現在、8種類の主要作物とその他多品種少量の耕作をしているが、どの作物が利益を上げ、どの作物が赤字なのか不明のまま

まとなっている。

5 ● 人手不足によって“考える農業”になっていない

両親の高齢化に合わせて、酪農は徐々に縮小してきたため、野菜作付け用の土地には余裕がある。しかし、従業員を雇用し、指示命令をして作業をさせるには農業経験が不足している。現在は、研修生2名と、除草や簡単な作業の手伝いを近隣の高齢者夫妻にお願いしている。

6 ● 有機減農薬栽培経営は経験不足

生産者サイドの効率経営でなく、消費者視線に立った経営を目指し、両親の経営する酪農業で得られる堆肥を有効に活用する循環型有機農業を理想としている。

しかし、酪農業から産出される堆肥だけでは広い野菜畑を潤すには十分な量の有機肥料は得られていない。

IV ■ 問題点の改善策

個人経営から法人経営に移行するには、追加的な管理費用が発生するため、一定規模の売上高が必要になる。当農園の年間売上高

3,000万円（酪農を除く）であり、3年後に売上高を4,000万円超に高めて、農業法人化を目指す。法人への移行期間としての3か年計画を作成し、法人成りに際しては、税理士や農業会議に計数管理面の支援を仰ぐ予定である。

1 ● 農地を有効活用する

酪農業から野菜農業への、第二創業としての最大のメリットは、都市近郊で広い農地を引き継いだことにある。引き継いだ土地は、耕作放棄地ではなく、家畜の飼料としてのトウモロコシや牧草を育てていたため野菜農地への転換は、特別な土づくりの負担を負わずに移行できた。

しかし、野菜生産の経験が十分でないことや、人手不足と販売先の開拓が整っていないこと等がネックとなっている。これらのネックを3年かけて解決し、2haの農地の有効活用を図っていく。

2 ● 野菜の生産技術を改善する

後継者が野菜農業に転業して3年の経験、1年間の野菜農家での修業を加えても4年間の経験では、技術的に未熟であることはやむを得ない。

農協には加入していないのでJAの技術支援は受けられない。JAに代わり都道府県の普及指導員の指導を仰ぐことで、農業技術と経営力の向上に努めることになる。

普及指導員は、農業の担い手に技術や経営を直接に指導するので農地の気候や土壌と作物に合わせた指導が受けられる。特に、新規就農者にはきめ細かな指導をするので積極的に支援を得られる。

3 ● 販売ルートを新規開拓する

従来型のJA・卸売市場ルートに頼らない

で、消費者に直接見える生産者を目標に、「超地域密着型」の販売を目指す。超地域密着型販売とは、生産者と消費者が直接顔を合わせる機会の持てる販売のことで、都市近郊型農業の優位性を活かして、新鮮野菜を消費者に直接販売していく。

(1) 対面直売所を開設する

道路に面した農地の横に3坪くらいの直売所を開設し、朝採り野菜を直接販売している。1束100円か200円のきりのよい値段にして効率的に来店客をさばけるように工夫する。また、野菜の「売り」は新鮮さなので、朝採りにこだわる。対面販売所のため、8時から11時までの時間限定の販売とする。

(2) 自動販売機を設置する

直売所の営業時間に遅れた消費者のために、自動販売機も設置する。1束100円か200円の単一料金の仕組みにし、対面の直売所で売れ残った野菜も自動販売機で販売することで、ロスの発生を防ぐ。

(3) レストランに直販する

レストランには納品ではなく、直売所に来てもらい、プロのシェフの目で選んでもらう方式を採用する。プロの意見を直接聞くことで品質向上の機会も得られる。

(4) 道の駅に出店する

野菜生産農家にとって「道の駅」は有力な直販の販売ルートである。道の駅は市場を経由しない、新鮮な野菜として多くの消費者の人気を博している。包装には、顔写真と電話番号を印刷したシールを添付して、消費者の反応を直接聞けるように工夫する。

(5) チラシ作戦でブランド力を向上する

都市近郊型農業の立地的優位性を活かして、朝採りの新鮮野菜の販売を基本にする。スーパー経由ではなく超地域密着型の直接販売のため、直売所から半径500mの住民にチラシを重点的に配布し、十分に知名度の向上を見

通則法

所得税

法人税

相続税

消費税

法務

経営

関連業務

定めてから半径600m圏にチラシの配布を広げていく。

地域住民との接触を増やすため、自治会・PTA等の地域の集会には極力顔を出して、顔見知りになることも重要である。

4 ● ホームページを活用する

従来型の野菜農家であれば、地元のJAや出荷組合を通して市場に流す、顔の見えない生産者で充分だった。

しかし、消費者への直販を目指すB to C型のビジネスモデルでは、安全な野菜生産者であることを知ってもらう必要がある。

インターネットの普及が進んだとはいえ、HPを訪問するか否かは、消費者次第なので、メールやフェイスブックなどでも積極的に情報提供を行う。

5 ● 品目別利益管理で品目を絞る

現在は、直売所に周年出荷できるように多品種少量生産をしている。しかし、効率的に生産するには、品目の集約が必要である。

全国的に有名な産地のように、単品を大量生産する必要はないが、生産効率を考慮した品目数に絞り込むため、下記の条件を考慮する。

- ① 周年収穫ができる品目を組み合わせる。
- ② 土壤に合った品目を選ぶ。
- ③ 品目別採算管理で利益額を考慮する。

土壤に合った品目は、普及指導員に意見を求め、土壤調査を依頼する。③の品目別採算管理では、10a当たりの売上高、変動費、固定費、一般管理費を集計して利益金額を算出する。

ベンチマークとしては、具体性の高い数字が公表されている静岡県農業試験場モデルの損益を参考する。採算に乗らない品目は、翌年の作付けから削除して新しい品目を作付け

する。この作業を毎年繰り返し、利益体質に強化する。新品種の作付けに際しては、他の地方の作物や外国の品目にも挑戦し、付加価値を高める工夫を行う。売れる品目、土壤に適した品目、利益を得られる品目を選択して、3年後の4,000万円超の売上げ達成に向けて条件整備を進め、法人成りをする。

6 ● 研修生受入で人手不足を解消する

第二創業3年目に入り、経験を蓄積してきたので従業員の指導に自信がついてきたところで、研修生の受入れを増やす。新規就農希望者を研修生として受け入れ、人手不足を解消して、農地の有効活用に繋げる。各都道府県の農業会議の経営者と就農希望者とのマッチングの仕組みを活用する。

新規就農希望者は野菜生産が最も多く、マッチングは比較的容易である。新規就農希望者を研修生(OJT研修)は、月額9万7,000円の助成金を活用する。また研修生の受入れで、以下三つの可能性を追求する。

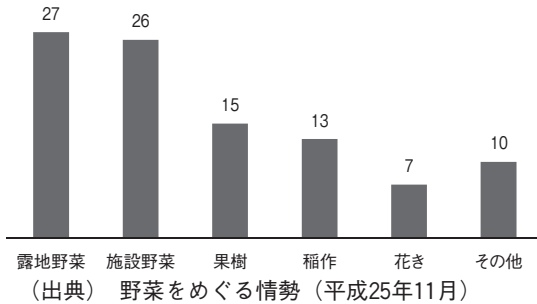
- ① 労働力の確保
- ② 研修生に教えることで自らも学ぶ
- ③ 研修生が独立就農した後の、ネットワークの形成

将来に事業拡大を見据えて、研修生とのネットワークを大切にする。事業を拡大し、業務用の加工・販売に進出する際、豊富な品揃えと周年供給を目指す必要が見込まれ、研修生とのネットワークが力を発揮する。独立就農を断念する研修生が生じた場合は、従業員として採用する。

7 ● 有機減農薬栽培経営を改善する

消費者の食の安全意識の高まりに加えて、円安による国産野菜の価格競争力が回復し、業務用野菜の国産化の傾向にある。

●図表-12 新規就農希望者の就農作物 (%)



●図表-13 国産野菜の採用例

カゴメ：トマトジュース原料の国産化
味の素：冷凍餃子用野菜の国産化
餃子の王将：国産原料使用の日本ラーメン販売
リンガーハット：チャンポン用野菜の国産化
デニーズ：生野菜の国産化

国産野菜は、輸入野菜に対する価格競争力の回復に加えて収穫後、直接加工できることによる「香りと風味」に強みがあり、国産野菜へのニーズは高まる傾向にある。

この機会をとらえて有機減農薬野菜の生産を強化し、業務用分野への進出も視野に入れて増産する。その際には、「コンパニオン・プランツ」(例；大根とニンジン)の組合せを病害虫の防除や育成促進に利用する。果菜類(実物野菜、例；トマト)では、土壌病害による連作障害対策に利用し、葉物野菜では、害虫による茎や葉の食害対策に利用する。コンパニオン・プランツを利用することで農薬の使用量を最小限に抑える。

普及指導員は新規就農者・第二創業者を重点的に支援するので、減農薬栽培について、普及指導員の指導を仰ぐ。若手農業経営者と

の情報交流会へも積極的に参加していく。

8 ● 農業助成金、交付金を活用する

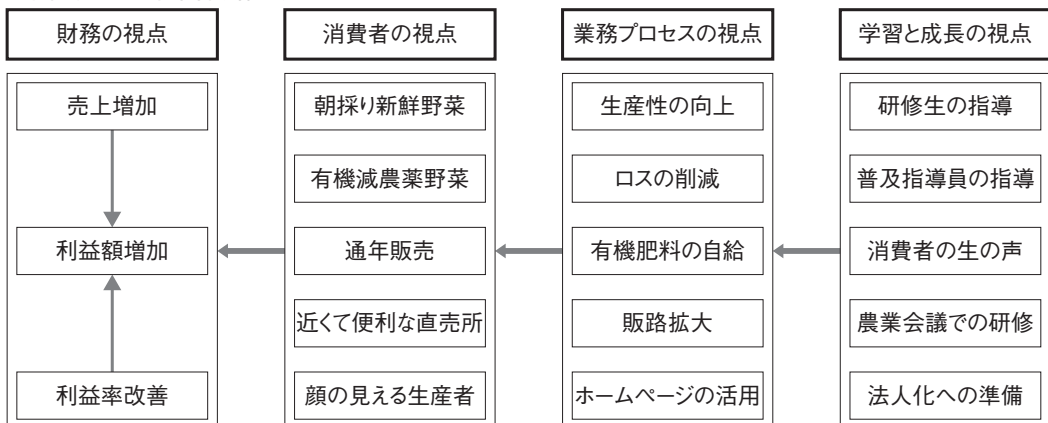
全ての事業者・企業は、自立的に経営をして利益を上げ税金を支払うのが義務である。しかし、新規就農の場合は、1日も早く立ち上がりできるように農業会議から情報を得て、助成金や交付金を有効に活用する。

V 改善後の利益計画

従業員の追加採用や、普及指導員のアドバイスにより、未耕作農地の解消・農地面積当たりの収量の増加・経費率改善が実現し、利益は着実に増加する。

経営が安定軌道に乗り3か年計画を達成した後、次に現在の牧畜用土地や耕作放棄地の

●図表-14 経営戦略の流れ



●図表-15 3か年利益計画

(千円)

	直近期		1年目		2年目		3年目	
	金額	(%)	金額	(%)	金額	(%)	金額	(%)
売上高	30,152	100	35,157	100	39,376	100	41,739	100
直接生産費	9,815	33	10,306	29	11,027	28	11,468	27
出荷経費	8,189	27	8,598	24	9,200	23	9,568	23
流動費計	18,004	60	18,904	54	20,227	51	21,037	50
固定費	3,458	11	3,631	10	3,921	10	4,078	10
合計	21,462	71	22,535	64	24,149	61	25,115	60
一般管理費	7,309	24	7,601	22	8,133	21	8,377	20
営業利益	1,381	5	5,021	14	7,094	18	8,246	20
	面積 (ha) 1.6		1.7		1.9		2.0	

借入れと社員を増やし、5年後には農業法人として1億円の売上げを目指す。

トヨタ自動車は、自動車生産で培った生産管理技術や工程改善技術を農業分野に応用し、農業の生産性向上に貢献する農業IT管理ツール「豊作計画」を提供している。

クラウドサービスを提供するIT企業とし

て、富士通は「Akisai」、日立は「栽培くん」、NECは「営農支援クラウドサービス」などの提供を進めている。こうした農業のIT活用に対応できる規模の農業法人に成長することを目標にする。

〔はせがわ・いさむ〕

税務のプロが必要経費の“落とし所”を徹底解説！

個人事業者のための

必要経費判定事典

[改訂版]

近藤 雅人／川口 昌紀／松田 昭久／田中 俊男／佐々木栄美子【著】

A5判・定価（本体4,000円＋税）

- ☞個人事業者の確定申告で最も問題となるのは、支出費用が必要経費として認められるか否かをめぐる判断。
- ☞個人事業者にまつわるあらゆる費目をピックアップ、過去の膨大な判決・裁決例を分析し、必要経費算入の可否判定ポイントを明らかにする。

お近くの書店または弊社までご注文ください。



株式会社 ギョウセイ

〒136-8575 東京都江東区新木場1丁目18-11

フリーコール **TEL : 0120-953-431** [平日9~17時]

FAX : 0120-953-495 [24時間受付]

Web **http://gyosei.jp** [HPからも販売中]