

### 公募型プロポーザル結果一覧

業務名	令和5年度先進農業企業参入促進事業業務		
業務場所	広島県内外		
履行期間	契約締結日から令和6年3月31日まで		
公募型 プロポーザル 結果	商号又は名称	評価値	選定結果
	アグリコネクト株式会社	77.2点	◎
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	60.8点	

※評価項目別の得点は別紙のとおり

(別紙)

評価項目別得点

区分	審査項目	配点	アグリコネク 株式会社	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
実施体制	農業企業等に関する調査及び、農業経営及び農業参入に係る専門知識や実践経験を有する者が配置されているか。	10	7.6	6.4
	実施体制に妥当性があるか。	10	7.6	7.2
実績	過去に、農業企業等に関する調査及び農業企業の経営発展や農業参入の支援実績が十分にあるか。	15	10.8	7.8
全国先進農業企業の本県への農業参入促進に係る提案	参入促進のための取組に妥当性があるか。	15	12.6	10.2
	提案内容の実施により、R5目標(現地確認した企業数3件)に到達できる提案となっているか。	20	15.2	10.4
	提案内容の実施により、R7目標(R7年度までに全国先進農業企業を3社誘致する)に到達できる提案となっているか。	20	15.2	11.2
スケジュール	提案されたスケジュールに妥当性があるか。	5	3.2	2.8
経済性	事業実施内容と必要経費について妥当性があるか。	5	5.0	4.8
合 計		100	77.2	60.8

【参考資料3】

公募型プロポーザル選定委員会議事録（議事要旨）

業務名：令和5年度先進農業企業参入促進事業事務

項目	内容
1 日時	令和5年3月27日（月）15時から17時まで
2 場所	広島県庁本館4階 海区委員会室
3 出席委員	（農林水産局）月岡就農支援課長，伊藤販売・連携推進課長，柴山農業経営発展課長，出原農業技術課長 （商工労働局）奥野企業誘致担当次長
4 議題	令和5年度先進農業企業参入促進事業事務委託業者の選定
5 担当部署	農林水産局就農支援課
6 開催方法	1 参集 2 持ち回り
7 議事内容	<p>1 審査方法 提案書をもとにプレゼンテーションを実施し、選定委員会において審査の上、最優秀提案者を選定した。</p> <p>2 審査結果 （1）提案者 A社：アグリコネクト株式会社 B社：株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所 （2）審査対象者の評価値 別紙「公募型プロポーザル結果一覧」及び「評価基準に基づく評価項目別の総合値」のとおり。 （3）最優秀提案者及び選定理由 ア 最優秀提案者 A社：アグリコネクト株式会社 イ 選定理由 各選定委員による採点結果の合計得点が最も高かったため。</p> <p>B社は多くの企業を知っているのが強みであるが，県の到達目標を確実に進めるためにはA社の手腕を活用することが望ましい。市町構想を作成する市町が増えることを期待する。</p> <p>3 質疑応答 （1）提案者Aの質疑応答 質問①：市町の想いを研修会で高めていくとあったが，このような手法は全国どこかで 行っている経験があるか？広島県で優先的に行いたい市町があるか？ A：やっている。広島県とも過去にある。東広島市，福山市，世羅町，府中市と一旦話をしている。市町毎に事業化の絵を描きながら，企業が確定し，市長とも話を</p>

したり用地を訪問しながら進めている。

質問②：（p 41）スケジュール，3から4の市町構想を3カ月くらいかけて練ると説明があったが，オンラインセミナーが秋以降になって，3社視察するのにスケジュールがタイトではないか。平行して，出来上がった所から早目に準備するといふことは考えているのか？

A：平行も考えている。仕様の中で視察が9月からとなっていたので，そこに合わせるとスケジュールが厳しい。ただ，オンラインセミナーは新しい市町を考えると，このタイミングにせざるを得ない。これより前にすると，市町の発表準備が間に合わない。個別企業の紹介の中で，優先度や興味の度合いの高い企業に関しては，早目に市町や地域を案内して担当と話をしてもらったり，用地の状態を見てもらうことも考えている。

質問③：3か4市町となっているが，実際にはどれも並行して進めないと，次の年のアプローチや現地の視察もそうだが，単年度で終わるようなスケジュール感ではないのではないかと思う。

A：そのとおりと思う。令和3年度及び4年度からアプローチを行っている企業や市町からのアプローチについては，早い段階で現地視察や企業紹介が出来ると思うし，その先も続く。このスケジュールの1年間でやることの見通しとしてとらえてほしい。

質問④：（p 28～29）市町の意識づくりがボトルネックになりそうだと思うが，4市の例があったが，普段から動かない市町もあると思うが，この意識を変えるコツや実践していることがあるか？

A：実践していることは，実際に参入したいと思っている企業の声を届ける，紹介する。この順番だと，市町の考えがあって，外に発信して，そこに興味を持った企業が来ると書いているが，実際は，来たいと考えている企業がいて，そこに対して，来てもらうためにどういう構想を作るかという考え方で動く部分もあるし，実際の玉があると動いてもらえる，やる気になって用地を探したり，時間を割いてもらえる。2つ目として，今年度からやれたらと思っているのは，先ほどあげた市町をベースに実績が積みあがっているのだから，そこを共有して先行事例（市町）と差が開きますよといった脅かしをかける，他の市町ができているのだから一緒にやりましょう，と引っ張るといふのはあると思う。

質問⑤：既に参入された方の活用について，新たに来られた方の声が強い口コミになると思うが，ご意見があれば教えてほしい。広島県は引き合いが強いと思うが，これまで参入した方をどのように活用するか意見があれば伺いたい。

A：これからは始める市町の動機付けとしては，昨年やってきた事の実績を見せてあげて具体的に企業が入り動き出している状況等，どこまでできたかを見せてあげる。特定の市町ではなく，広島県全体で考えている農業法人や異業種参入を市町に紹介していく。

**(2) 提案者Bの質疑応答**

質問①：(p 27) 先進農業企業をメインターゲットにするとはあるが、既に貴社で付き合いのある(メインターゲットとなる)企業は何社くらいあるか。

B：地域により作物が限られるので、ターゲットになるかどうかはあるが、話をしやすい所は10社くらいと思っている。

質問②：(p 36) 最後の参入の促進の所で、意見を聞いてボトルネックをほぐすとはあるが、具体的な例など詳しく教えてほしい。マッチングセミナーでPRして、最終的にどうやって誘致に持っていくのか。

B：(p 33) 今までの事例でいくと、参入計画を立てる時に、農家ベースでいくと作る所に意識がいきまいて、販路は見ているが物流は見えていないケースがかなりあり、あるいはどこに在庫していくかやストックポイントを持つかが抜けているケースがある。それが、どういう品目を作るかに依存し、JAかスーパーか商社かで異なっていく。製販のバランスに齟齬がないか、対象の地域で最適なモデルになっているかどうかの掛け算かなと思っている。

質問③：計画策定が大事という話だったと思うが、計画はいつ頃できるイメージか。

B：7月にオンラインセミナーを行い、商社ピックアップしながら意思決定を促すので、7~9月頭くらいに我々として忙しく対応するスケジュールと思っている。上半期に厚い事業になると思っているので、コストを確保して対応したいと思っている。

質問④：20社がほしいと決まるとして、計画策定に入るイメージか。計画が出来たら最終的に3社が(現地)視察に来てもらうが計画策定していくのは20社か。

B：計画は20枚作る予定にしている。

質問⑤：先ほど具体的に来そうなのは10社と話があったが、残り10社はどのような形で見つかっていくイメージか。

B：p 36の左側は既に企業の農業参入を促進したり、栽培パッケージの業者の顧客が一番この事業の感度が高いと思っているので、そういった所経由でひっぱりてきたいと考えている。右側は、農業関連メディアを使ってスクリーニングを行っていく。SNS公告やウェブ公告を使う。

質問⑥：公告関連で、国内最大級の発信力を持つメディアでPR動画を作り、ここで発信するという理解で良いか。

B：PR動画は今回、利用目的が仕様書上、不明瞭な部分があり、使ってよいかどうか我々としてわかってないので、活用可能であれば使いたいし、活用できない場合は記事を書いてそれを載せていくことで予算組をしている。

質問⑦：動画は動画、記事は記事と別口でもありうる？

B：動画は使った方が効果的だし、追加でコストがかかるものではない。

質問⑧：広島県みたいな進んだ他の自治体が、このメディアで他にも散見されるか？

B：全国各地の事例を載せるメディアになるので、他地域の事例中に広島県も入れていく。