

令和7年度 農業者年金新規加入状況

【若い農業者及び女性農業者等への周知徹底、加入者累計15万人早期達成強化運動】

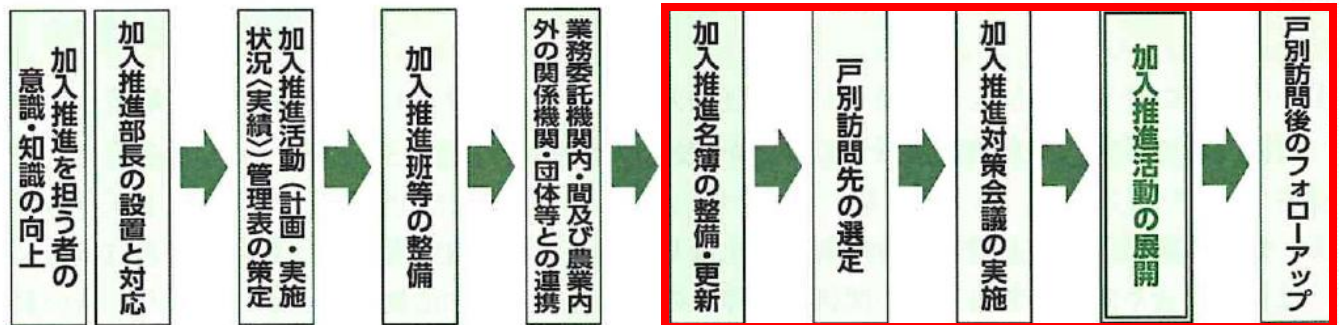
目標「1委員・1期・1人以上の新規加入者を確保」

市 町 名	R7年度 目標	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	合計	令和7年度	
											達成率	残り 確保数
佐 賀 市	7	0	1	1	0	0	4	0	5	11	157%	達成
唐 津 市	11	1	0	0	1	0	0	0	0	2	18%	9
鳥 栖 市	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	100%	達成
多 久 市	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
伊 万 里 市	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	3
武 雄 市	1	0	0	2	1	0	0	0	0	3	300%	達成
鹿 島 市	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	50%	1
小 城 市	3	0	1	0	0	0	1	1	0	3	100%	達成
嬉 野 市	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	50%	1
神 埼 市	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	2
吉 野 ケ 里 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
基 山 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
上 峰 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
み や き 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
玄 海 町	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	2
有 田 町	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	100%	達成
大 町 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
江 北 町	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	1
白 石 町	6	0	0	1	0	3	2	2	3	11	183%	達成
太 良 町	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	3
計	51	2	2	5	2	4	8	3	8	34	67%	17

20歳から39歳	36	1	2	5	2	3	3	2	2	20	55.6%	16
女性	29	0	0	0	0	1	3	2	5	11	37.9%	18

加入推進活動の流れ

加入推進活動の流れは、一般的に以下のように整理されます。



1) 加入推進を担う者の意識・知識の向上

業務受託機関をはじめ、加入推進を担う以下の者は、地域の農業者が農業者年金について理解する機会を得て、加入する権利を有効に活かせるかは、当該加入推進を担う者の対応にかかっていることを強く認識し、農業者年金に係る知識の向上を図ることが重要です。

【加入推進を担う者】

加入推進部長、農業委員、農地利用最適化推進委員、農業委員会事務局職員、JA役員、JA組合員組織の担当者、以上のOB、年金協議会役員、都道府県の普及指導センターや農業大学校のOB、その他行政機関のOB等



2) 加入推進部長の設置と対応

市町村段階の業務受託機関は、都道府県段階の業務受託機関からの加入推進部長の推薦依頼に応じて、「加入推進部長推薦・活動計画書」（様式1号）を年度当初に作成・提出します。加入推進部長は、加入推進を担う者の中から、農業者年金の制度を理解し、制度の普及と加入推進に意欲を持つ者で、以下の役割と活動を担う適正な者を、行政部局等が有する情報も参考にして選定します。



【加入推進部長の役割と活動】

- ① 加入推進活動のリーダーとして、「加入推進部長推薦・加入推進活動計画」（様式1号）を策定し、「加入推進対策会議」で中心的役割を果たします。
- ② 加入推進班のメンバーとの情報交換、加入推進活動の働きかけ・サポートを行います。
- ③ 加入推進部長自らも、新規就農者をはじめとする若い農業者や女性農業者、認定農業者等が参加する各種会議等での制度の説明、戸別訪問への同行等の活動を積極的に行います。

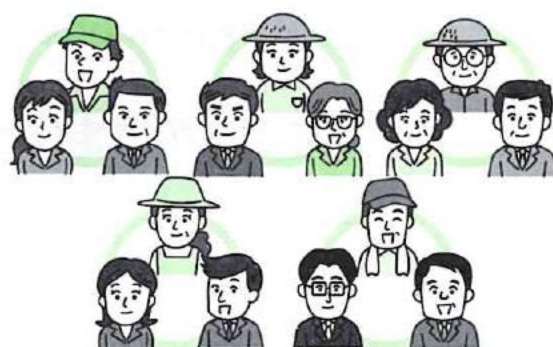
3) 加入推進活動（計画・実施状況〈実績〉）管理表の策定

農業委員会とJAは、相互に連携して、加入推進体制や加入推進名簿の整備、加入推進強化月間の設定、戸別訪問の実施等、加入推進に係る計画について検討した上で、それぞれ「加入推進活動（計画・実施状況〈実績〉）管理表ワークシート」（農業者年金業務委託手数料交付要綱の様式例第7号）に記入し、「加入推進活動（計画・実施状況〈実績〉）管理表」（農業者年金業務委託手数料交付要綱の様式例第2号、以下「管理表」という。）を策定します。



4) 加入推進班等の整備

加入推進を担う者により地区別の加入推進班を組織し、戸別訪問等を行う体制を整備します。または、加入推進部長のほか、加入推進を担う者の中で、地区別担当者等、加入推進活動における役割分担・責任関係を明確にして、連絡体制を整備する等、加入推進が着実かつ機動的に実行できる体制を整備して下さい。



5) 業務受託機関内・間及び農業内外の関係機関・団体等との連携

農業委員会では市町村の農林水産課等農業部門担当部署との連携を、JAにおいては信用・共済と営農部署、さらには各種組合員組織との連携を強化し、新規就農者や女性農業者が集う機会の情報等を共有し、こうした機会を有効に活用します。

さらに、農業内外の関係機関・団体等との連携を図り、新規就農者や女性農業者等が参集する研修会や各種イベント等において、制度のPRを行う機会を増やしましょう。



応等についても協議しましょう。

加入推進対策会議における検証や協議の内容について、農業委員会総会やJA役員会等で報告し、各組織の幹部を含めて情報共有を図り、若い農業者及び女性農業者等の加入推進の強化に向け、必要な対応を図ります。



9) 加入推進活動の展開

①各種説明会等を活用した制度説明・PR活動の展開

農業関係機関・団体との連携の下で、認定農業者の会合、家族経営協定の締結を踏まえた認定農業者の認定や農業次世代人材投資資金の共同申請等の機会、経営移譲・経営継承に関する説明会、JAの青年組織・女性組織・生産組織の会合、普及指導の会合、農業大学校関係者の会合、説明会、授業等、JAグループの各都道府県に設置された担い手サポートセンターが開催する新規就農講座、4Hクラブその他農業者の会合等を活用して、制度内容の説明やチラシ・パンフレットの配布等により、農業者年金の周知に努めましょう。



JAにおいては、JA青年組織の役員や部員、JA女性組織やフレッシュミズの部員に加え、これらの部員等の家族に対する制度の周知と加入に向けた働きかけを行います。

②広報PR活動の展開

各種会合・研修会等でのチラシ・パンフレットの配布のほか、市町村の広報誌・農業委員会だより・JAの組合員広報誌への記事等の掲載、JA窓口等でのパンフレットの配布やポスターの掲示、市町村国民年金窓口での農業者年金のチラシの配布等、各種の広報媒体を活用した幅広い広報PR活動を展開しましょう。



③加入推進強化月間及びその他の時期の取組

加入推進強化月間については、期限が11月15日となっている保険料前納納付申出の機会に社会保険料控除を活用したい農業者に対しても、農業者年金のメリットが十分伝わるよう、10月から11月の期間を含む期間に設定することを推奨します。

④戸別訪問の実施

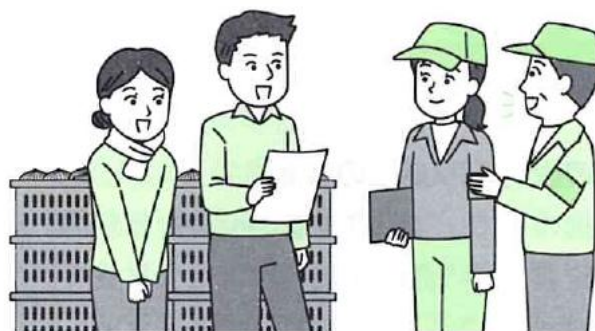
加入推進班等は、戸別訪問先等に対して、チラシ・パンフレット等のPR資材を持参して、丁寧に説明するとともに、年金額試算シミュレーションを活用して具体的な年金試算額を提示する等、加入対象者の立場に配慮して対応しましょう。

戸別訪問のメンバーについては、戸別訪問先の家族構成や経営状況を踏まえて、訪問先となじみの深い加入推進を担う者等関係者を同行します。また、訪問先に対する専門的観点からのアドバイスが必要な場合には、社会保険労務士、ファイナンシャルプランナー、税理士等の専門家への協力を求める等、柔軟かつ効果的な対応をお願いします。

後継者や配偶者等が加入対象者である場合は、親等の経営主の同席を求める等、加入対象者に

強く影響する家族からの理解が得られるよう、丁寧かつわかりやすい説明に努め、特に、若い農業者に対しては、政策支援（国庫補助）のほか、令和4年1月より、若い農業者における下限保険料が引き下げられる等の制度改正が行われたことを説明しましょう。

一方、加入対象者が経営主の場合は、その配偶者や後継者、その他周囲の若い農業者や女性農業者の存在を確認の上、併せて、チラシ・パンフレット等のPR資材を配布・説明する等、経営主等をきっかけとした加入対象者の拡大に努めます。



10) 戸別訪問後のフォローアップ

戸別訪問を実施した後は、加入の有無にかかわらず、戸別訪問時の状況を、記録簿（様式例4）に整理します。その際、個人情報の取扱に注意しつつ、農業委員と事務局間の情報共有、可能な範囲での農業委員会とJA間の状況の共有等を図り、戸別訪問対象者に加入の意思がある場合、農業委員会とJAが連携し、スムーズな加入手続を行う等のフォローアップを行いましょう。



農業会議と JA 中央会によるインスタグラム広告とラジオ CM の実施

1. 目的

農業者年金の認知度は、全国的にも 4 割程度にとどまっている。

そこで、農業者年金の周知及び加入促進のため、インスタグラム広告とラジオ CM を実施し、「農業者年金の周知」と「制度の理解」を図る。

2. 内容

今年度、県内での女性加入が少ないため、女性農業者の加入を後押しする内容

3. 広告媒体

- ・インスタグラムでのバナー広告（下部参照）
- ・NBC ラジオと FM 佐賀での 20 秒と 40 秒 CM の放送
→各局それぞれ 1 日 1 本程度（平日 8～16 時の間）
ほかラジオ番組内でパーソナリティによる 40 秒の生 CM

4. 期間

- ・インスタグラム広告：令和 7 年 12 月中旬～令和 8 年 3 月 31 日
- ・ラジオ CM：令和 7 年 12 月 1 日～令和 8 年 3 月 31 日

○インスタグラム広告のバナーデザイン（3 種）

①



②



