

農中総研 調査と情報

2008.9 (第8号)

■ レポート ■

● 農林水産業 ●

飼料価格高騰と日本の畜産・酪農業	2
燃油価格高騰の漁業への影響	4
都市農山村交流・グリーンツーリズムの政策動向	6

● 農漁協・森組 ●

J Aバンク兵庫の地域貢献事業	8
青果物卸売市場流通の変容と市場販売の課題	10

● 経済・金融 ●

民営化後1年を迎えるゆうちょ銀行	12
地域銀行の預り資産業務の動向	14

■ 寄稿 ■

メディアを知ることが対策の鍵	16
(農林中金総合研究所 顧問 野村一正)	

■ 現地ルポルタージュ ■

直売所を核とした複合施設経営で地域経済を活性化 — J A あいち知多 —	18
品目別に地域の枠を超えて生産部会を再編 — JA 館林市青果センター出荷組合連絡協議会 —	20
地域全戸加入の集落組織が地域を活性化 — 上鹿妻(かみかづま)第一地区協同組合 —	22
日本最大級の茶園を経営する JA 出資法人 — (有)アグリセンター都城 —	24

■ 最近の調査研究から ■

当社の定期刊行物に掲載された論文を紹介するコーナー	26
---------------------------------	----

■ あぜみち ■

皆で支えあう、集落経営体を目指して	28
(農事組合法人田原 理事 酒井弘道)	

本誌において個人名による掲載文のうち意見にわたる部分は、筆者の個人見解である。



飼料価格高騰と日本の畜産・酪農業

基礎研究部 副部長 清水徹朗

1 高騰する国際穀物価格と飼料価格

国際穀物価格は、最近になってやや下落に転じたものの、依然として高水準であり、トウモロコシ、小麦、米、大豆とも国際価格は2年前に比べて2倍程度になっている。食料の多くを輸入している日本では食料品価格の値上げが続いているが、穀物価格の上昇は飼料の多くを輸入に依存している畜産・酪農業にも大きな影響を与えている。

日本の畜産農家が使用している配合飼料の原料はトウモロコシ(全て輸入)が約5割を占め、そのほか大豆かす、マイロ、大麦などが混合されている。配合飼料が畜産農家に供給されるまでには、米国から日本への穀物輸送経費、飼料工場の製造経費、流通経費が加算されるため、穀物の国際価格の上昇がそのまま配合飼料価格の上昇につながるわけではな

い。また、畜産経営の安定のため、生産者団体、配合飼料メーカー、政府は配合飼料価格安定基金制度を設けており、国際穀物価格の変動がそのまま飼料価格の変動にならないような仕組みになっている。

しかし、最近の穀物価格の上昇はあまりに急速であったため、基金の残高が枯渇する事態になっている。また、輸送コストも上昇しているため、配合飼料価格の値上げが避けられなくなり、配合飼料価格はこの2年で約4割上昇した(第1図)。

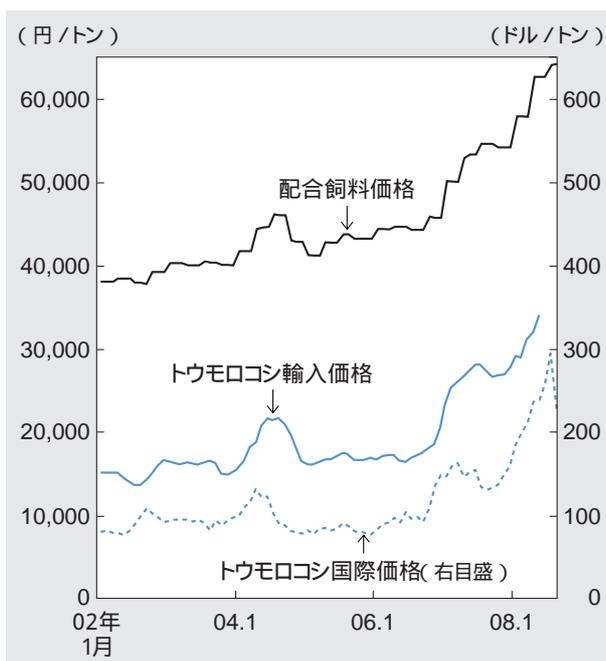
2 輸入飼料に依存して発達した

日本の畜産・酪農

畜産とは人間の必要とする食料(肉、乳、卵等)や衣料原料(羊毛等)を得るために動物を飼育する営みであり、元来は人間がそのままでは食べることのできない牧草等を、動物を介して食料に転換するところに畜産の重要な意義がある。また、その糞尿を堆肥として土壤に還元することによって、畜産は農業の資源循環にとっても重要な役割を果たしている。

しかし、日本の畜産業は、戦後の所得向上に伴って増大した畜産物需要に対応して急成長したため、飼料基盤が不十分のまま輸入飼料に依存して発展したところに大きな特徴があり、日本の畜産は「加工型畜産」と呼ばれてきた。この間、草地造成の努力は続けられたものの、近年では粗飼料も輸入されるようになっており、1960年に63%であった飼料自給率は2006年には25%に低下している。日本は主に米国からトウモロコシを年間約1,600万トン輸入しているが、その8割近くは飼料向けであり、この飼料穀物の輸入が日本の食料自給率低下の大きな要因となっている。

第1図 トウモロコシと配合飼料の価格動向



資料 財務省「貿易統計」、農林水産省「流通飼料価格等実態調査」、シカゴ商品取引所

3 畜産物の生産費に占める飼料費の割合

日本国内で生産している主な畜産物は、牛肉、豚肉、鶏肉、鶏卵、牛乳の5品目であるが、生産費に占める飼料費の割合は、素牛生産(和牛)30%、和牛肥育27%、乳オス肥育57%、養豚64%、ブロイラー65%、鶏卵64%、酪農46%であり、いずれも高水準である。特に、養豚、ブロイラー、鶏卵の高さが際立っており、しかも、これらの中小家畜においては自給飼料を給付することはほとんどなく、輸入穀物を原料とする配合飼料に依存している。

酪農については、飼料費に占める流通飼料(購入飼料)の割合は79%(都府県91%、北海道60%)であり、北海道では自給飼料基盤が比較的充実している。また、素牛生産においても流通飼料の割合は53%と比較的低い。なお、和牛肥育において飼料費の割合が低いのは、素牛の購入費用が生産費の5割以上を占めているためである。

4 飼料価格高騰の酪農経営に対する影響

このように、生産費に占める飼料費の割合や流通飼料への依存度に差異があるため、飼料価格高騰の影響は部門、地域、経営体によって多少異なるが、飼料価格高騰が畜産経営にとって大きなマイナス要因になっていることは共通である。

都府県の酪農について、他の費用や乳価が変化しないと仮定して飼料価格上昇の影響を試算してみると、飼料価格が20%上昇すると所得は27%減少し、飼料価格が40%上昇すると所得は55%減少する(第1表)。現実には、現在の配合飼料価格は2年前に比べて4割上昇しているため、酪農家の所得は半減していると推計できる。飼料価格が40%上昇した場合の1日当たり所得は6,831円であり、1年間365日休まずに働いても年収は250万円程度に過ぎない。後継者難等の要因で酪農家戸数はこの10年で36%減少したが、現在の状況が続

第1表 酪農経営の収支(都府県)

(単位 円)

項目		実績 (2006年)	飼料価格 20%上昇	飼料価格 40%上昇
搾乳牛 頭当たり	粗収入(販売額)	798,883	798,883	798,883
	物財費	553,340	613,529	673,718
	うち流通飼料費	300,946	361,135	421,324
	その他費用	24,668	24,668	24,668
	所得	220,875	160,686	100,497
1日当たり所得		15,013	10,922	6,831

資料 農林水産省「畜産物生産費」

- (注)1 「1日あたり所得」は1日8時間労働で計算
 2 「その他費用」=雇用労働費+支払利息+支払地代
 3 「所得」=粗収入-物財費-その他費用

くと酪農家戸数は今後さらに減少するであろう。

酪農のこうした状況を打開するためには乳価の引き上げが不可欠であり、所得を2年前と同水準にするには乳価を15%程度(1kg当たり12円)引き上げる必要がある。

5 今後の畜産・酪農のあり方

日本の畜産・酪農は、これまで生産性向上を最大の目標にし、輸入飼料に依存しながら急速な経営規模拡大を続けてきたが、今回の飼料価格高騰はこれまでの畜産のあり方を反省する契機となるであろう。

一つは、自給飼料基盤の拡充であり、林間放牧や飼料米、飼料稲の生産拡大を進めることが必要であり、これにより遊休農地の活用と食料自給率の向上が可能になる。また、もう一つは、家畜福祉、動物福祉の考え方の導入であり、動物を動物として健康な状態で飼育することにより安全な畜産物の生産が可能になる。

こうした飼料基盤拡充、家畜福祉を進めるためには、農家にインセンティブを与えるような助成金体系を構築する必要があり、その点で、環境に配慮した畜産・酪農経営に対して助成金を支給しているEUやスイスの農業政策に学ぶべき点は多い。

(しみず てつろう)

燃油価格高騰の漁業への影響

専任研究員 出村雅晴

原油価格の高騰は、漁業に限られる問題ではないが、EUでもストや抗議行動を契機に漁業支援策が検討されるなど、漁業分野での影響が大きく取り上げられている。わが国でも、今年7月15日、沿岸から沖合・遠洋漁業、さらには養殖漁業に及ぶ大半の漁業団体が一斉休漁に踏み切り、「漁業経営危機突破全国漁民大会」を開催するなど、燃油高騰下での漁業の窮状を訴える行動を展開している。

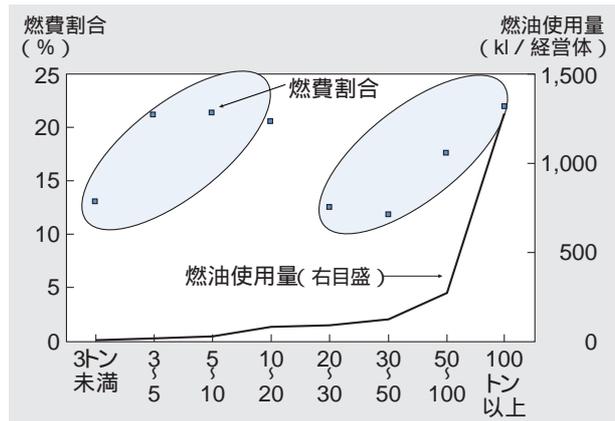
本稿では、漁業における燃油価格高騰の影響がどのような状況にあるのか、整理する。

1 漁船の規模と燃料消費

わが国の漁船隻数19万隻強のうち動力船（無動力船と船外機付き漁船を除く）は11万2千隻強であるが、20トン未満漁船が98%を占めるなど小型漁船主体となっている（2005年、以下同じ）。漁船の規模別では、3～5トン未満階層が4万4千隻（構成割合39%）と最も多く、次いで1～3トン階層3万6千隻（同32%）となっている。

こうした漁船は、推進機関としてディーゼルエンジンを搭載しており、その燃料としてA重油ないし軽油を使用している。近年、沿岸の小型漁船を中心に軽油使用船の割合が増加しつつあるが、地域差もあり、全体としてA重油を使用する漁船の割合が大きいという状況に変化はないものとみられる。

第1図 燃費割合と燃油使用量（漁船規模別）



資料 農林水産省『平成18年(度)漁業経営調査報告』
 (注) 燃費割合 = 油費 ÷ 漁労支出 × 100
 燃油使用量 = 油費 ÷ 65.8千円 / klで算出。

燃油の使用量は、漁船の規模に相関して増加し、燃費割合（漁労支出に占める燃料費の割合）もほぼ同様な関係にある。ただし、燃費割合に関しては、たとえば10～20トン漁船（20.6%）と20～30トン漁船（12.5%）が逆転するなど、20トン未満漁船層と20トン以上漁船層とでは大きな格差がある（第1図）。

2 漁業の種類と燃油割合

農林水産省『平成18年(度)漁業経営調査報告』によれば、漁船漁業を営む個人経営体における燃油代は、平均して漁業支出の18%を占めるが、当然のことながら漁業種類によっても異なる。一般に、集魚灯や網を引くために発電機を利用するイカ釣り漁業や底引網漁業などで燃油消費量が多い。

ちなみに、今年6月18、19日の両日、漁業

の窮状を訴えるため先行して一斉休漁に踏み切ったイカ釣り漁業で試算すれば、3～5トン漁船では燃費割合31%、年間の燃料消費量21kl、10～20トン漁船では同27%、144klとなる。同年のA重油価格（65.8千円/kl）を今年7月の見込価格（115.4千円/kl）に置換すれば、年間それぞれ1,066千円、7,153千円の費用増となり、燃費割合もそれぞれ45%、40%（他の経費に変更がないとして試算）と大幅に上昇する。

3 漁業経営への影響と漁業者の対応

近年、魚価が横ばいで推移するなか燃料価格の上昇が続いており、水揚増等でカバーできない漁業の特質もあって、漁業経営は厳しい状況が続いていた。今回の燃油価格の上昇局面は04年に始まっており、漁業者も近い漁場への変更、経済スピードでの航行、往復の燃料を節約する「沖泊まり」、あるいは漁模様を見ながらの出漁や操業時間の短縮などの対応を行ってきた。さらに、国の燃油高騰対

（注1）漁業関係者は、軽油引取税の免税措置によって価格差がほとんどない、エンジン内の汚れなど耐久性が違う、エンジンの値段が違う、をその背景として指摘した。に関しては、7千円/kl程度軽油が高いとするところもあり、地域差がある。また漁業種類による違いもある模様で、昨年訪問した漁協でも、軽油使用割合が高い千葉県、A重油使用船がほとんどの長崎県など差があった。

（注2）農林水産省『平成18年（度）漁業経営調査報告』の個人経営体調査数値を使用しており、1経営体1隻経営とみなして試算。20トン漁船を境とする燃費割合の格差に関しては、雇用労賃の違いが大きく影響しており、その意味で家族型漁業と雇用型漁業の分岐点ともいえる。

第1表 漁業経営への影響

（単位 千円）

A重油価格(千円/kl)	3～5トン漁船		10～20トン漁船	
	65.8	115.4	65.8	115.4
漁労収入	7,162	7,162	30,333	30,333
漁労支出	4,519	5,240	26,098	30,143
うち油費	957	1,678	5,366	9,411
漁労所得	2,643	1,922	4,235	190

資料 農林水産省『平成18年（度）漁業経営調査報告』

（注1）2006年（平成18年）のA重油価格65.8千円/kl、08年7月見込み価格115.4千円/kl（全漁連資料）。

2 漁労所得には家族労賃を含む。

策事業の認定を受けて、燃料消費量を10%以上削減する省エネ型操業への転換に取り組む漁業者もいる。

しかし、今年に入ってから燃油高騰はまさに異常であり、とても個々の経営体で吸収できる状況ではない。燃油価格高騰は、漁業においては経費の大きな部分を占める、漁獲増によるコスト吸収が困難、入札・セリが基本のため価格転嫁が困難、など特有の事情も影響する。自分や家族の労賃も賄えない状況であり、漁業そのものの存続が危うい（第1表）。無限に再生産可能な天然資源を対象とする漁業のわが国食料戦略の中での位置づけを明確にし、構造改革やエネルギー転換等長期的な対策と合わせて、当面の支援策を講ずる必要がある。今回の燃油高騰が、第一次・第二次石油危機と違って一過性のものでないだけに、この点を踏まえた措置が求められる。また、消費者、流通業者の理解を得て、漁業者を含めそれぞれが応分の負担をする仕組みの実現にも期待したい。

（でむら まさはる）

都市農山村交流・グリーンツーリズムの政策動向

主事研究員 栗栖 祐子

グリーンツーリズムという言葉が、日本で使われ始めて15年以上が経過した。この間、行政や関係団体による推進のほか、農家や住民による草の根的な取組み等が進められ、現在では多くの農山村で取り組まれている。

しかし、その内容をみると、欧州で広く見られる農家民宿での滞在を基本とした余暇活動とは異なり、日本では日帰り型が多く、また田植え教室といった農林業体験、イベントを通じた交流、地場産品の直売など以前から交流活動として取り組まれてきたものも多い。こうしたことから、日本のグリーンツーリズムは交流活動の一環として捉えられる。

そこで、以下では、グリーンツーリズムを含む都市と農山村との交流(以下「交流活動」)が、これまでどのように進められてきたのかについて、政策を中心に整理した。

1 交流政策の開始 - 1970年代 -

交流が、政策として最初に取り上げられたのは、高度経済成長による過密・過疎問題が顕在化した70年代である。具体的には、70年の山村振興基本問題諮問委員会や山村振興対策審議会において、山村に対して農林産物の供給、水資源の涵養、国土保全といった従来からの役割に加えて「都市住民を中心とする大多数の国民に緑といこいの場を提供する」という新たな役割を課した。これにより観光農園などレクリエーション施設等の整備事業が開始された。

他方、農政や林政においても、72年に自然休養村事業を開始したほか、もともと農林業の近代化を目的とする構造改善事業でも関連事業を始めた。

2 交流活動の本格化・多様化とリゾートブーム - 1980年代半ば～90年代初頭 -

80年代半ばごろになると、農産物輸入の拡大等により、農山村を取り巻く環境はますます厳しくなった。

こうしたなか、国土計画の中核をなす第三次全国総合開発計画のフォローアップ作業報告(83年)や第四次全国総合開発計画(87年)において、「都市と農山漁村・過疎地域の交流促進」が位置づけられ、交流促進のための補助事業が集中的に打ち出された。その結果、交流活動は全国的に広まり、また内容も姉妹都市等の自治体間の交流だけでなく、ふるさと会員制といった住民同士の交流を促すものや農林業・農山村体験活動など、多様化し始めた。

しかし、80年代後半以降のバブル経済期になると、民間活力による大規模リゾート開発計画が全国各地で企画された。その結果、多くの農山村では、交流活動よりむしろリゾート開発に目を向けるようになった。

3 グリーンツーリズムの登場・普及 - 1990年代 -

その後、バブル経済が終焉し、各地でリゾート開発の縮小・中止が相次ぐと、国土政策として、それまでの民間活力による大規模リゾート開発から農山漁村回帰型の小規模リゾート開発(以下「農山村リゾート」)へと転換が図られた。

他方、農政では農産物輸入の拡大・自由化の流れのなかで、「新しい食料・農業・農村政策の方向」(92年)を打ち出し、中山間地域対策の目玉として、「農山漁村で楽しむゆと

りある余暇活動」であるグリーンツーリズムを提唱した。そして、全国規模のモデル事業や法律の整備などを進め、グリーンツーリズムの推進体制を整えた。

このように、農山村リゾートはバブル崩壊にともなう新たな開発政策として、一方グリーンツーリズムは自由化・国際化のなかで農林業の危機が最も深刻化した中山間地域対策として、それぞれ打ち出され、その後グリーンツーリズムという文言に収斂しながら、交流活動の一環あるいは交流活動と同義語として展開し始めた。

当時のグリーンツーリズムを含む交流政策の特徴としては、大型の補助事業による交流施設の整備を積極的に進めたことがあげられる。その背景としては、内需拡大政策の下、民活型開発の代替策として“官活型”・行政主体の開発が志向されたことや、90年代後半以降には景気低迷のなかで、特に農山村では公共事業の重要性が強調されたこと、さらにガット・ウルグアイ・ラウンド対策費等により農業構造改善関連の予算が増大したことがあげられよう。

4 交流活動・グリーンツーリズムの新段階

- 1990年代末以降 -

90年代末以降、グリーンツーリズムを含む交流活動は新しい段階に入ったといえる。

具体的には、まず、農政改革大綱(98年)や食料・農業・農村基本法(99年)など農政の中心に都市との交流促進が明記されたほか、03年には、内閣府に7省庁連携の「都市と農山漁村の交流・対流に関するプロジェクトチーム」が発足するなど、国家政策のなかでの交流活動の位置づけが高まったことがあげられる。

一方、交流活動の現場では、農家や地元住民、地元自治体が主体となった動きが広まっ

ている。具体的には、九州ツーリズム大学(97年)など民間主体の勉強会やネットワーク作りが各地で展開されているほか、04年からはグリーンツーリズムの全国大会が開催されている。

また、02年以降の規制緩和政策の下、農家民宿の開業要件が緩められ、さらに先の勉強会等により農家民宿やグリーンツーリズムに関する理解も深まったことなどから、農家民宿の開業数が増加し、今後は数の確保よりむしろ質の維持・向上が課題になり始めているという。

さらに、これまで施設整備に偏りがちな交流政策が、「森業・山業創出支援総合対策事業」や「山村力誘発モデル事業」(いずれも06年)にみられるように、山村における新たなビジネスおこしや人材育成といったソフト面を重視し始めた点も注目される。

以上、70年代以降の交流について政策動向をみてきたが、都市と地方との格差問題が深刻化していることから、今後はグリーンツーリズム・交流活動による経済的効果や社会的・文化的な効果の一層の発揮が期待される。

< 参考文献 >

- ・井上和衛・中村攻・宮崎猛・山崎光博著(1999)『地域経営型グリーン・ツーリズム』都市文化社
- ・大浦由美(2008)「1990年代以降における都市農山村交流の政策的展開とその方向性」『林業経済研究』Vol.54; 1
- ・鈴江恵子(2008)『ドイツ グリーン・ツーリズム考』東京農業大学出版会
- ・日本村落研究会編(2008)『グリーン・ツーリズムの新展開(年報第43集)』農文協
- ・古川彰・松田素二編(2003)『観光と環境の社会学』新曜社
- ・宮崎猛編著(2002)『これからのグリーン・ツーリズム』家の光協会
- ・宮崎猛編著(2006)『日本とアジアの農業・農村とグリーン・ツーリズム』昭和堂
- ・山崎光博著(2004)『グリーン・ツーリズムの現状と課題』筑波書房

(くりす ゆうこ)

JAバンク兵庫の地域貢献事業

主任研究員 重頭ユカリ

1 はじめに

JAバンクグループでは、2007年度から日本の農業・農村を支援する全国的な取組みとして、「JAバンクアグリサポート事業」を実施している。同事業は、農業の担い手に対する支援、農業および地域社会に貢献する取組みなどに対する支援、消費者などの農業への理解・関心を高める取組みという3つの視点から展開されている。本稿では、これらの取組みのなかから、JAバンク兵庫の地域貢献事業を紹介する。

2 JAバンク兵庫の地域貢献事業

県内14JAと信連で構成されるJAバンク兵庫は、上記の「JAバンク兵庫の地域貢献事業」として今年度から取り組んでいる。そして、地域貢献事業をJAバンクへの理解や将来のファン作りにつなげることを意識して、小学生を対象とし、環境保全教育、食農教育、金融教育の3分野の支援に特に焦点をあてた取組みとして実施することとした。

3 県域における共通事業

(1) 環境保全教育支援

JAバンク兵庫では、植林活動・植物栽培等の緑化活動、生ゴミ堆肥化等の資源リサイクル活動等、環境保全活動に積極的な小学校を募り、1校あたり5万円程度の助成を行う。各小学校を管内とするJAの組合長と信連の理事長の名前で募集の文書を発出し、県内の小学校の約半数に相当する400校程度への助成を予定している。

そして、年度の終わりごろには、助成の対象となった小学校から7校程度を選び、活動内容を発表する大会を開催する予定にしている。この大会では、活動内容の発表に加えて子供たちが楽しめるプログラムも盛り込み、参加者の楽しい思い出となるイベントとしたいと考えている。

(2) 食農教育支援

6月から7月にかけて県内の全公立小学校(816校)の5年生全員に、JAバンクアグリ・エコサポート基金が作成した「農業の今と日本の食」、「農業のやくわりと環境」、「農業のしくみとお金のしくみ」という補助教材を配布した。配布の際は、単に郵送するのではなく、事前に各小学校を管内とするJAの支店長が、校長に教材の見本を直接手渡すように心がけた。

また、夏休み中には、小学生の親子を招待して、牛乳製品製造会社と家電廃棄物のリサイクル施設を訪問する「親子ふれあい工場見学バスツアー」を実施する。信連の取引先でもある牛乳製品製造会社では、牛舎から牛乳のできるまでの工程を見学する。参加者はJAの広報誌で募り、バスツアーには信連、JAの職員が同乗、引率する予定である。

(3) 金融教育支援

以前からの取組みを継続するものであるが、県内の小・中学生を対象に貯蓄に関するポスターを募集する。今年度からは、小学生の入選作品を利用してカレンダーを作成し、小学校やJAの店舗に配付する予定である。

さらに、小学生向けの金融教育のためのプログラム(日銀神戸支店見学会及び金融教室)



稲で描き出された姫路城

を、日銀の協力で実施したいと考えている。

(4) その他

上記以外にも、JAバンク兵庫は、水田を利用した地域振興プロジェクトである「ひめじ田宴アート」に参加している。これは、世界文化遺産・国宝姫路城が来年から大改修に入り、その美しい外観がしばらくの間覆い隠されてしまうため、それに代わる観光資源として、水田に8種類の稲を約25万株使って実物大の姫路城を描き出すプロジェクトである。この事業の発案者の地元のJA兵庫西とともに、JAバンク兵庫も参加団体となった。

地元のJA兵庫西や信連は、検討段階からこのプロジェクトに関わっており、6月に行われた稲の植え替え作業には、県内の大学の学生、小学生、高齢者大学の学生とともに、JA、信連の職員も多数参加した。

4 JAの個別事業

個別JAの様々な地域貢献事業のうち、小学生向けの環境保全教育、食農教育、金融教育支援というJAバンク兵庫の取組み方針に沿うものを、各JAが今年度中にどの程度実施する予定であるかを調査した。その結果、すべてのJAで複数の取組みを行う予定であり、14JA全体では68の事業が予定されていることが分かった。

その内容をみると、米や野菜等の農作物の栽培、収穫、調理等の体験学習が大半を占める。それ以外では、学校給食への食材供給、環境保全や食農教育に関する本の読み聞かせ、貯金キャンペーンの収益の一部で作成したエコバックの配付、ごみ収集・廃材のリサイクル活動等が予定されている。取組みの対象となる小学生の数を合計すると、延べ1万2,600人以上になることが見込まれている。

5 おわりに

共通事業の各取組みに特徴的であるのは、必ず地元JAとの接点がつくられていることである。小学校への教材本の配布や助成の募集、バスツアーの実施については必ず地元のJAが顔や名前を出すこととされており、県としての共通事業であるにしても地域とのつながりを大事にする工夫がなされている。

また、活動助成金を出した後に発表大会を開催したり、ポスターを募集した後にカレンダーを作成したりするなど、何らかのかたちでの「まとめ」が予定されていることも特徴として挙げられる。これは応募者にとっては励みになるであろうし、JAバンク兵庫にとっても取組みを総括するよい機会となる。

そして、いずれの取組みも小学生を主な対象とすることで、親子で参加することが見込まれ、二世代にわたるファン作りのきっかけとなる可能性がある。JAの場合、利用している人からは親しみやすい、相談しやすいと評価されるが、JAを利用したことがない都市部の人の中にはどのような事業を行っているのかよく知らない人もいる。環境保全教育、食農教育、金融教育の支援は、地域のためになるだけでなく、JAにとってもこれまでつながりのなかった人たちとの接点を作り、JAらしさをアピールできる機会にもなると考えられる。 (しげとう ゆかり)

青果物卸売市場流通の変容と市場販売の課題

研究員 一瀬裕一郎

1 はじめに

2001年3月の総合規制改革会議による「規制改革推進3か年計画」の閣議決定を受け、04年に卸売市場法(以下「市場法」)が改正された。市場法の主要な改正点である卸売手数料(以下「手数料」)の自由化の実施が09年4月に迫っている。

そこで本稿では04年の市場法改正以降の青果物市場流通の変容について確認し、系統の市場販売にとっての課題を考えたい。

2 買付集荷の増加

改正市場法では、卸売業者の買付集荷が完全自由化された。自由化以降についてみると、買付集荷の割合は年々上昇している(第1表)。

今後もこの傾向は続くと思われるが、委託集荷から買付集荷へのシフトに伴い、生産者

と卸売業者の利害が必ずしも一致しない場面が増える可能性がある。

委託集荷では卸売価格の一定割合を卸売業者が手数料として得ているので、高い卸売価格を形成するほど、卸売業者の収入が増え、また生産者の手取りが増えることから、卸売業者と生産者の利害は一致している。

しかし、買付集荷では生産者からの買取価格と卸売価格の差が卸売業者の収入となるので、卸売業者が収入を増やすためには、生産者からより安く買うという選択肢も取り得ることになる。

生産者と卸売業者の利害が一致しない場面が増えていく可能性を考えれば、生産者が優位なブランド品目はともかくとして、産地にとっては、卸売業者との価格交渉力を強めるために、販売担当職員の専門性を更に高めていくことが求められていると考えられよう。

第1表 集荷方法別割合

(単位 %)		
年度	買付集荷	委託集荷
04年度	28.8	71.2
05	29.9	70.1
06	30.4	69.6

資料 農林水産省「卸売市場データ集」

3 手数料の自由化

04年以前の制度の枠組みでは、中央卸売市場(以下「中央市場」)において、野菜8.5%、果実7.0%のように品目ごとに定率の手数料が設定されていた。改正市場法では、冒頭に述べたように、定率の手数料を

廃止し、農林水産省が示した4つの対応のいずれかで手数料を自由化することとした。^(注1) 来年4月に手数料の自由化が迫り、主要な中央市場において自由化への対応方向が出揃いつつある(第2表)。

現時点で対応を決めている開設者は届出制または承認制

第2表 中央市場の手数料自由化に対する開設者の対応

開設者	対応	備考
東京都	届出制	・手数料の届出時には都が内容を精査した上で受理 ・いったん届け出た手数料率は最低2年間(制度発足時は3年間)固定 ・卸売業者の健全経営確保のため 都は料率変更命令を出せる ・都が関与できる余地が大きく事実上は承認制に近い
大阪市	届出制	・事前に届け出た手数料率は3年間固定 ・固定期間中は四半期ごとの財務状況等の報告を義務付け
福岡市	承認制	・上限を定めず卸売業者が自由に申請できる承認制
沖縄県	承認制	・手数料に上限をつける承認制 ・現行の手数料率を上限とする ・当面は現行の手数料率の維持を求める

資料 農経新聞、日本農業新聞等から筆者作成

を選択しており、公定制、完全自由化を選択したケースはない。

自由化後の一定期間について、手数料率の固定を求めている開設者が多く、ならびに手数料率の変更を望んでいない卸売業者が多いことから、当面は現行手数料率が維持されるものとみられる。しかし、一定期間経過後には卸売業者によって手数料率に差が生じる可能性があり、数年後の見直しが注目される。

手数料率の引下げは出荷奨励金の切下げや廃止とセットで検討されるとみられ、産地にとって手数料率の引下げを卸売業者に働きかけることがプラスになるかは微妙である。

4 中央市場の地方卸売市場化

04年の市場法改正後に制定された第8次卸売市場整備方針では、卸売市場の再編を促すこととされ、これまでに8つの中央市場が地方卸売市場(以下「地方市場」)へ転換した(第3表)。

すでに地方市場化したのは、大分市を除いて、農林水産省の定めた再編基準^(注2)に該当した中央市場であった。現在、再編基準に該当しない室蘭市、秋田市、甲府市、岡山市等で地方市場化の議論が進められており、今後は大分市のように自主的に地方市場に転換する中央市場が増加するとみられる。

その背景には、地方市場は中央市場に比べて第三者販売や直荷引き等の取引方法に関する規制が緩いことから、開設者は管理等コストの削減が、卸売業者は各種申請書作成の事務負担の軽減ができ、またより柔軟な手数料率を設定できる等、地方市場化がもたらすメ

(注1) 農林水産省が示した4つの対応は、完全自由化、公定制、届出制、承認制である。

(注2) 卸売数量とその減少率、および一般会計から市場特別会計への繰出金額などにより、再編基準が定められている。

(注3) 藤谷(2008)を参照。

第3表 地方市場に転換した中央市場

時期	市場名
06年4月	釧路市、大分市
07年4月	川崎市南部、藤沢市、三重県(水産部のみ)
08年4月	呉市、下関市、佐世保市(花き部のみ)

資料 農経新聞等から筆者作成

リットがある。実際、大分市では地方市場に転換後、地場産野菜の手数料を10.0%に引き上げている。

今後、地方市場化の進展にともない、手数料率や取引方法は地方市場ごとに多様化していこう。産地にとっては、多様化する地方市場の実態や今後の展開方向について見極める目を養うことが必要となろう。

5 まとめ

改正市場法についての研究者の見方は、「コペルニクス的転回」といえるほど大きな改正だというものから、「抜本的見直しが頓挫」したため「改めての仕切り直しが求められている」というものまで多様^(注3)である。

しかし、市場経由率の低下や、卸売・仲卸業者など場内業者の経営悪化が続く一方で、場内業者の量販店や商社等との業務提携がみられるなど、今後、卸売市場流通が変容の度合いを一層強めていくことは間違いない。

系統販売事業における卸売市場の重要性に鑑み、今後ともその動向を注視したい。

<参考文献>

- ・青山浩子(2007)「ますます変わる卸売市場 産地はどう対応すればよいのか」『地上』10月号、pp.35-45、家の光協会
- ・中田哲也(2007)「青果物流通の構造変化と全農園芸事業の対応方向」『農業と経済』10月号、pp.33-41、昭和堂
- ・藤島廣二(1986)『青果物卸売市場流通の新展開』農林統計協会
- ・藤谷築次(2008)「卸売市場改革への熱い思い」『農林金融』8月号、pp.28-29
- ・細川允史(1993)『変貌する青果物卸売市場 現代卸売市場体系論』筑波書房

(いちのせ ゆういちろう)

民営化後 1 年を迎えるゆうちょ銀行

調査第二部長 渡部喜智

1 矢継ぎ早な規制緩和へ向けた動き

2007年10月の郵政民営化により日本郵政(株)グループが発足し、金融事業を(株)ゆうちょ銀行(以下、(株)を略す)が担う体制となって1年を迎えようとしている。ゆうちょ銀行は個人顧客への総合的金融サービスの提供を経営の柱に掲げており、その規制緩和へ向けた動きには将来を考える上で注目すべきものも多い。民営化後の動きを追いながら、地域金融への影響を考えることとしたい。

日本郵政(株)は矢継ぎ早な新規業務参入の認可申請を行ってきた。金融業務に限っても、07年10月4日のマーケット関連の運用対象の拡大の認可申請(12月19日認可)に始まり、11月26日の住宅ローン代理販売や本体クレジット・カード業務などの認可申請(08年4月18日認可)、さらには08年4月1日には通常貯金(流動性貯金)の預入限度額撤廃の認可申請などが行われた(第1表)。

「通常貯金の預入限度額撤廃」の案件は現在、郵政民営化委員会の審議にかかっているが、定期性貯金・通常貯金を合算した預入限度額(1,000万円)自体の規制撤廃にも波及しかねない重要な問題である。

郵貯の資金量は現在でも180兆円超にのぼるが、国への預託金運用が無くなった今、それに代わる収益力を伴った運用力を短期間に付けていくのは容易ではない。それにもかかわらず、運用力整備の途上で預入限度額の撤廃が行われれば、過剰な貯金吸収と非効率な資金運用を温存しかねない。先ず注力すべきは、民間金融システムへの安定着地に向け健全なバランス・シートのスリム化を進めることだろう。顧客の利便性に配慮しつつも、完全民営化前における預入限度額の撤廃の案件の取扱いは慎重に行われるべきである。

第1表 民営化後のゆうちょ銀行の規制緩和と各種キャンペーンの主な動き

日時	規制緩和の要求と審議・認可	実施期間	キャンペーン・サービス
07.10.4	金利スワップ、シンジケート・ローン、株式売買など運用対象の拡大を認可申請	07.10.10 ~ 11.9	民営化記念宝くじキャンペーン(定期貯金100万円につき預入期間3年未満:2000円相当, 同3年以上:4000円相当の宝くじプレゼント)
07.11.26	住宅ローン代理販売, 独自クレジット・カード業務, 変額年金保険の販売を認可申請	07.12.3 ~ 12.28	金利優遇キャンペーン(新規定期貯金預入者に+0.2%金利上乘せ)
07.12.19	主務省から金利スワップ, シンジケート・ローン, 株式売買など運用対象の拡大の認可	08.2.4 ~ 5.30	退職金キャンペーン(19年1月以降の退職者の取組定期貯金に+0.3%金利上乘せ)
08.4.1	通常貯金(流動性貯金)の預入限度額撤廃の申請	08.3.3 ~ 3.31	「春のありがとうフェア」(郵便, 貯金, 保険の購入・サービス利用者に抽選でギフト等贈呈)
08.4.18	主務省から住宅ローン代理販売, 独自クレジット・カード業務, 変額年金保険の販売の認可	08.5.12 ~ 12.30	定期貯金10年満期到来者の100万円以上の再取組みについて, 抽選で8,000名にギフトカード贈呈
08.5.12	スルガ銀行の代理店(媒介)として住宅ローン, その他個人ローンの販売をゆうちょ銀行50店舗で開始	08.6.2 ~ 8.1	預入金額50万円以上で, 1年定期貯金:+0.2%金利上乘せ, 3か月定期貯金:+0.5%金利上乘せ
08.5.29	住友生命など4社の変額年金保険の販売をゆうちょ銀行(82店舗), 郵便局(79局)で開始		

資料 ゆうちょ銀行, 郵政民営化委員会などの資料より作成

2 金利上乘せなど積極的な営業姿勢

ゆうちょ銀行は、07年10月の宝くじプレゼントに始まり、07年末ボーナス・シーズンの新規の定期貯金預入者への初の金利上乘せ、08年2月から5月まで退職者への金利上乘せ、6月から8月までの預入金額50万円以上の定期貯金取組みへの金利上乘せなどの積極的なキャンペーンなどを進めてきた(前掲第1表)。

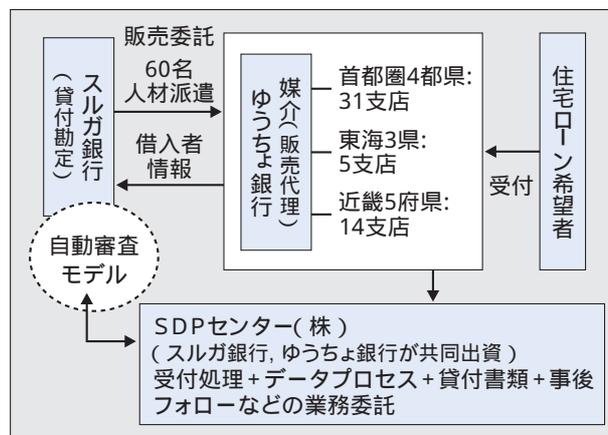
これらの動きは、ゆうちょ銀行が運用モデル構築の問題を脇に置いて、貯金残高の維持・増強を重点課題としたことの表れと認識すべきだろう。08年度に入り、ゆうちょ銀行の貯金流出のペースが鈍化する兆しもある。傾向の継続性など速断できないが、長年にわたり郵便貯金からの流出が他の民間金融機関の預貯金の重要な吸収源だった面もあり、キャンペーンなどゆうちょ銀行の営業推進から目が離せない。

一方、民営化により分社化されたことに伴う問題も指摘される。ゆうちょ銀行など事業運営会社から郵便局への営業推進の指示浸透の遅れや意思疎通の低下が生じているといわれる一方、内部統制・コンプライアンス強化の対応で郵便局の現場が様々な難しさをかかえているという声も出ている。とはいえ、一般銀行として民間金融機関と同じ金融庁の監督を受けるようになった以上、当局の検査結果を踏まえ、ゆうちょ銀行と代理店である郵便局(株)が顧客保護のためのコンプライアンス態勢の強化を図っていくことは不可欠だ。

3 媒介事業でローン営業の第一歩踏み出す

ゆうちょ銀行は、認可を受け08年5月12日にスルガ銀行(本店：静岡市)の住宅ローン等個人ローンの媒介(販売代理)業務を三大都市圏の50支店(首都圏4都県：31店、東海3県：5店、近畿5府県：14店)で開始した。「媒介」業

第1図 ゆうちょ銀行の住宅ローン媒介



資料 スルガ銀行HPなどより作成

務は、ローン顧客の取次ぎであり、スルガ銀行が審査権限を持ち貸付勘定も同行に属するが、ゆうちょ銀行がローン営業の第一歩を踏み出したことは間違いない。この媒介業務では、スルガ銀行から各店舗窓口の営業担当者1名と本店営業支援の要員(10名)の合計60名の人材支援を受けるとともに、共同出資の事務処理・コールセンター等の業務受託会社が設立された(第1図)。

ゆうちょ銀行は、この媒介業務を中期的には郵便局を含め1,000店舗まで拡大する計画である。1,000店舗という規模は郵政公社時代の旧集配普通局(1,250局)を2割下回る程度であり、かなりの「面」展開といえることができる。また、ゆうちょ銀行首脳は、早ければ09年度中にも自行の住宅ローン等販売を行う意向を示している。個人ローン担当者の育成に加え、住宅ローンの債務保証や自動審査モデル、ローン事務処理の方法など詰めるべき課題も多いが、布石は打たれている。ゆうちょ銀行による住宅ローン販売の準備対応の動きには注意が必要だろう。

< 参考文献 >

・渡部喜智(2008)「ゆうちょ銀行の展開と地域金融への影響」『農林金融』8月号

(わたなべ のぶとも)

地域銀行の預り資産業務の動向

主事研究員 田口さつき

1 投信販売の伸びにブレーキが

2007年度は、金融機関の個人預り資産業務にとって様々な外部環境の変化や制度変更にさらされた年だった。まず、団塊世代が旧定年法における退職年齢である60歳を迎え、彼らの退職金の運用ニーズが本格化した。一方、下期以降は、米サブプライム問題の広がりに伴う株価下落や金融商品取引法（以下「金商法」）の完全施行などの要因で投資信託（以下「投信」）の販売が落ち込むなど逆風が強まった。また、07年10月の郵政民営化も節目の一つとなった。

07年度末の地銀、第二地銀（以下「地域銀行」）全体の個人投信預り資産残高は、前年比3%程度の減少となった。個別行でみても概ね07年度上期までは前年比2けた以上の伸びをみせていたが、下期は軒並み前年比マイナスとなった。この伸び悩みの背景には、9月末の金商法の完全施行を受け、投信販売に当たっての説明責任義務の徹底や適合性確認のための顧客対応が厳格化されたこと、株価下落などの相場環境悪化のもと、顧客の安全志向が強まったこと、が指摘できる。これに加えて、株価下落や円高によって投信の基準価額が下落し、残高の目減り要因となった。

2 預り資産業務の進展

しかし、地域銀行は、このような外部環境の変化の影響にかかわらず、個人預り資産業務拡大に向け着実に布石を打っている。

まず、店舗については、ローカウンターやあるいは相談ブースなど、相談のためのスペ

ースの設置が進んでいる。なかには、すでにほぼ全店に設置が完了している地域銀行もある。また、年金から資産運用まで幅広い相談を担うための個人特化店舗も珍しくなくなってきた。

次に、預り資産業務推進の専担者の積極的な増員が計画されている。一般的に、地域銀行では、本部に個人預り資産専門の部署を設け、そこに証券会社出身者等を集め、各店舗の渉外とともに推進を行ってきた。しかし、近年では、それに加え、窓口販売を積極化しようとする動きもでてきている。その理由としては、「渉外による富裕層向けの販売が一段落したこと」や「行内で預り資産業務が担える人材が充実してきたこと」などがあるようだ。一方、顧客ニーズをきめ細かく汲み取り丁寧な対応を行うためにあえて渉外中心の販売を続ける地域銀行もあるなど、預り資産業務の推進の違いも現れてきている。

加えて、インターネットによる投信販売も普及してきている（第1表）。当総研の調べによれば、07年1月には、地域銀行の19行がインターネットで投資信託を販売していたが、08年3月末には25行に拡大している^{（注）}。なお、今後実施予定と答えた地域銀行は6行、検討中は34行にのぼるなど、関心の高さがうかがえる。

すでにインターネットによる投信販売で先行している銀行によれば、「平日に忙しい資産形成層を取り込めた」、「マス層を対象に投信販売ができる」、「金融商品が魅力的であれば、他地域の顧客も新規開拓できる」などの

第1表 投信信託のインターネット販売実施状況

(単位 行)

	07年1月	08年3月末
地銀	18	23
第二地銀	1	2
計	19	25

資料 『ニッキン投資年金情報』(第514号)
07年1月時点は、農中総研調べ

第2表 投信販売全体におけるインターネット販売の比率

(単位 行)

	5%未満	5~10%未満	10~20%未満	20~30%未満
地銀	6	5	7	1
第二地銀	1	1	0	0
計	7	6	7	1

資料 第1表と同じ

効果が見込めるといふ。

また、インターネットによる投信販売の実施銀行(回答したのは21行)のなかで、インターネット販売の比率が「10%未満」は約6割の13行だが、「10%以上20%未満」の銀行も7行ある。また、「20%以上30%未満」の銀行も1行あり、インターネットが重要な販売チャネルとなる可能性を示している(第2表)。ただし、金商法への適切な対応やセキュリティ管理の徹底ができるシステム対応能力があることが条件となるのはいうまでもないだろう。

これとは別に、静岡銀行や八十二銀行などのように地場証券会社を子会社化し、その店舗でよりリスクの高い金融商品の販売を行う銀行も現れてきたこともグループ戦略として注目されよう。

3 今後の動き・注目点

先行きを展望すると08年度に入っても株価が低調であり、個人預り資産業務にとっては厳しい環境が続いている。

地域銀行は、08年度も投信販売の伸び悩みは避けられないと見込んでおり、なかには、既に計画を下方修正した銀行もある。しかし、そうした環境下でも個人預り資産業務拡大のための施策を続ける方針を維持している。こ

れは、地域銀行が、将来的にも貸出競争が厳しさを増していくという見通しのもと、手数料収益の柱として個人預り資産業務が育つことを期待しているためであろう。

さらに、投信販売の環境が厳しいなかでも、「あらかじめ投信販売時にリスクについての説明をしっかり行う」、「市場の急変時に顧客への情報提供を行う」などの対策を小まめに行った結果、顧客の信頼を維持している地域銀行もある。

ちなみに、貯蓄広報中央委員会の調査によれば、金融商品の選択の際に重視する基準を「安全性」、「流動性」、「収益性」の3つに分けてみると、「安全性」を重視する回答が5割弱と最も多く、「流動性」が約3割、「収益性」が2割弱となっている。こうした顧客ニーズに合った対応が必要であるのはいうまでもない。

なお、地域銀行は、このような預り資産業務の重要顧客層として中高年層を考慮しており、関係強化の糸口として年金受給口座の獲得を重視し攻勢をかけている。地域銀行が、老後の資産運用として、投資信託や変額個人年金保険などを組み合わせる提案型の販売を行う体制を整えていることは、系統にとって充分留意すべきであろう。

(たぐち さつき)

(注)日本金融通信社(2008)『ニッキン投資年金情報』
6月9日号(第514号)

メディアを知ることが対策の鍵

農林中金総合研究所 顧問 野村一正

不祥事への対応、企業・組織の活動や行政に関する国民的理解の醸成などがますます重要かつ不可欠の課題となっている今日、そのためのマスメディア対応が大きな関心事項となっている。ところが、マスメディア対応が十分に効果を挙げ得ていない例も多い。筆者はその理由の一つとして、マスメディアの実情に関する理解の不足があるのではないかと考える。マスメディア対応というと記者への説明の仕方や頭の下げ方などの対症療法的な対応(これらも重要なテーマではあるが)に終始しているケースが見受けられるのもそうした理由によると思われる。重要なのは多様化するマスメディアと読者(視聴者)との関係、それとメディアが伝える情報(ニュース)はいつたいどういうものなのかを理解することにあると考える。これによって、マスメディアに対する誤解や幻想を払拭し、冷静に対応できるようにする必要がある。

メディアを知るうえで重要なポイントの第一は、マスメディアが発信する情報とはどういうものなのか、特に社会に存在する多くの事実・事象がどのような経過をたどって一面トップのニュースになったり、経済面、社会面の小さなニュースになったりするのかを理解することだ。その鍵となるのは、マスメディアが発信する情報はどのように作成されるか、マスメディアが発信する事実とは何か、を理解することである。

マスメディアが発信する多くの情報は、基

本的には記者による取材から始まる。駆け出しの若い記者の多くがベテランの記者から教わる最初の言葉は、「取材は集材ではない」である。つまり、世の中にある無数の事実の中から伝える必要のある材料を探し出す。そしてその材料をどのような視点、方法で伝えるかを考え、記事にすることから始まる。全ての事実を集める(集材)のではなく、記者の判断によって、あるいは所属するマスメディアの判断によって、伝える必要のあるものを探し出す(取材)のである。

これが取材、記事作成の代表的な姿だ。従って、マスメディアは事実を伝えていないという批判は、ねつ造記事や誤報の類は別として、半分は当たっていて、半分は外れている。世の中には無数の事実があるが、記者やマスメディアが伝えるべきだと考えなかった事実は、伝えられない。だから世の中の全ての事実を伝えていない(あるいは伝えることが不可能)ということになる。記者、あるいはマスメディアが組織として必要だと考えた事実が伝えられることになる。つまり、マスメディアによって伝えられる事実は、世の中にある事実の一部にすぎないということになる。

新聞の紙面、テレビでの放送時間には限りがある。仮に、世の中の全ての事実を知ることができたとしても、それらを伝えようとすると紙面はいくらあっても足りないし、テレビでは24時間ニュースを放送しても間に合わない。伝えることのできる分量には自ずと制

限があり、また読者(視聴者)の利便性からも選択が必要となる。ではこの事実の選択と伝える視点、方法は何を基準に決定されるのか。いくつかの基準があるといわれるが、その最大のよりどころの一つは、読者がマスメディアに何を期待しているかということである。そして伝えるべき事実の選択にあたっては、記者やマスメディアは客観的であろうと努力しているが、その結果が客観的報道となるには、相当の努力が必要となる。

第二に重要なのは、近年多様化するマスメディアを受け手側である読者(視聴者)はどう受け止めているのかを把握することである。最近のマスメディア批判の中には、多様なマスメディアを画一的にとらえているものも多く見かける。ましてマスメディア対応となれば、主要なマスメディアを峻別、対応することが必要だ。なぜなら読者の多くは、それぞれのマスメディアを明確に分類し、必要に応じて期待をし、活用しているからである。

マスメディアそれぞれに対して、読者がどのような受け止め方をしているかは、あまり明らかにされてはいないが、それを知るための手がかりとして日本新聞協会が2年に一度実施している「全国メディア接触・評価調査」がある。最新のデータは2007年10月のもので、全国6千人の無作為抽出した男女を対象に(回収率は60.3%)、「訪問留め置き法」によって行われた。メディアは新聞、民放テレビ、NHKテレビ、ラジオ、雑誌、インターネットに分類して、調査対象者にそれぞれの印象、評価を聞いている。

それによると、「社会に影響力がある」メディアは何かとの質問に対する回答では、回

答率の最も高かったのは新聞で60.7%、次いで民放テレビが55.1%、これらにNHKテレビ(52.8%)、インターネット(32.0%)、雑誌(20.7%)、ラジオ(16.7%)が続く(複数回答)。つまり読者(視聴者)は新聞、テレビが社会に影響力があると認識して接しているから、これらが伝える情報もやはり社会に強い影響力を持つものとする。これに対してインターネットや雑誌、ラジオの伝える情報は、新聞、テレビほどの影響力はないと見て接触していることになる。ただ「情報源として欠かせない」メディアは何かという質問に関しては、新聞とする回答率が最も高いが、インターネットがテレビに迫っていることが注目され、マスメディアも徐々に構造的に変化していることを示す。

全体としてみると、ほとんどの項目で新聞の果たしている役割の大きいことが分かるが、「情報が信頼できる」に対しては新聞よりもNHKテレビの回答率が高く、「親しみやすい」「楽しい」では圧倒的に民放テレビとする回答率が高い。さらに「専門的」「社会的弱者への配慮」「情報の速さ」「時代の先取り」に関しては、それぞれNHKテレビ、インターネットとする回答が新聞を上回った。

この調査は35項目に及ぶが、それらを丹念に見ると、マスメディアに対する読者の接触の仕方もかなり多様であることとメディアそのものが構造的に変化していることをうかがわせる。ということは、メディアへの対応の仕方も、多様なものとなるべきであり、また時間とともに変化することを前提に考えなければならないということになる。

(のむら かずまさ)

直売所を核とした複合施設経営で地域経済を活性化

ＪＡあいち知多

主事研究員 木村俊文

1 ＪＡあいち知多と農業生産

ＪＡあいち知多は、2000年4月に知多、東知多、西知多の3ＪＡが合併して発足した。愛知県西部、名古屋市の南に広がる知多半島全域の5市5町を管内とし、名古屋南部の工業地帯や中部国際空港セントレアなど都市化が進んだ地域を抱える一方、海と緑が広がる農村地域も多く残されている。

管内ではタマネギ、キャベツ、馬鈴薯などの重量野菜の生産が盛んだが、これらの野菜は値動きが激しい上に労働負担が大きいこともあり、生産者の高齢化が進むにつれて不耕作地が拡大した。このため重量野菜の単品大量生産を一部改め、ハウレン草などの軟弱野菜を中心とした多品目少量生産に切り替えることによって、高齢者であっても安定的に農業が続けられるよう、地域の農業生産を再編することが急務となった。

こうしたことから、ＪＡあいち知多では2000年12月、地域の消費者へ新鮮な農産物を販売する直売所を核とした「ＪＡあぐりタウン・げんきの郷」を開設した。

2 都市と農村の交流拠点

同施設は、大府市の丘陵地帯にあり、愛知県が整備した大規模なスポーツ・レクリエーション施設「あいち健康の森公園」に隣接する。げんきの郷の敷地面積は5.3haあり、駐車場は約400台を収容可能。ＪＡあいち知多の全額出資による「株式会社げんきの郷」が経営主体となっている。



ＪＡあぐりタウン「げんきの郷」

施設内には、中核となる農産物の直売所(ファーマーズマーケット)のほか、家庭菜園・ガーデニング用の野菜苗や花苗などを直売するグリーンセンター、パンやアイス、豆腐、惣菜などの加工販売施設、地元の食材を使った料理を提供するレストラン、天然温泉、農畜産物加工施設、広場、学習施設などが併設されている。

年間200万人以上の来客があり、開設以来、来客数は安定的に推移している。中国産ギョウザ問題が発覚した08年2～3月には、中国産野菜を敬遠し地元農産物を買いたい客の動きから、来客数が急増したこともあった。07年度の取扱実績は全体で37億5,700万円。このうち過半を占めるファーマーズマーケットの売上が19億4,100万円(前年比+2.7%)と、グリーンセンターの3億6,200万円(同+6.8%)とともに、売上記録を更新する盛況ぶりとなった。収益面でも柱となっているこれら直売所は、生産者の名前が記された野菜や加工食品、

花きなどを取り揃えている。

直売所への出荷組織は、10地域で727名が参加し、果樹部会や切花部会など14の作物別部会で構成されている。年齢は60～70歳代が中心で、出荷額は100～500万円が大多数だが、なかにはパートタイマーを使って年間3,000万円以上出荷する人もある。また、これら出荷者は、生産履歴の記帳、残留農薬検査、加工品の細菌検査等を個々に実施するなど良質品の出荷に努めている。さらに、08年度からは売上代金の1%を原資とする安全対策基金を創設し、出荷者とげんきの郷とが一体となって一層の安全対策に取り組むこととなった。

このほか、げんきの郷では生産者出荷組織と協力して、米づくり体験や各種野菜の収穫体験など、都市と農村の交流を目指したイベントを毎年開催している。また、食と農と健康について学ぶ学習・研修施設では、家庭菜園塾やガーデニング講座、親子料理教室のほか、新規就農者向け農業研修も行っている。

3 成功要因と今後の課題

げんきの郷の利用者の地域分布を見ると、商圈は施設を中心に半径10km圏内であるが、名古屋市中心部からでも高速道路を使えば30分程度で行くことができ、実際に同市内からの利用者が5分の1近くを占める。こうした交通アクセスの良さに加えて、前述した健康の森公園内には複数の施設があるため、集客力を高めることにつながったと考えられる。

また、直売所については、当初予想を上回る利用があり、品目によっては一日3回の搬入でも間に合わず、収穫したものを急いで持ち込む出荷者も多かったという。こうして鮮度の良い農産物が店頭に並び、かつ安全・安



ファーマーズマーケット「はなまる市」

心な良質品の品揃えを徹底したことが利用者の信頼を高めたものと思われる。さらに、出荷者がパッケージや陳列を工夫するほか、直売所で利用者に野菜の選び方や調理方法などを直接アドバイスすることも支持を得た要因の一つに挙げられる。年間来場回数は全体平均で9.1回とリピート客が多く、なかには特定品目については特定の出荷者のものを選ぶ利用者もあるという。

一方、中長期的な課題は、直売所への出荷を担う生産者を今後いかに育成するかにある。60～70歳代が中心となっている現在の状況を考えると、農業を年金以外の副収入が得られる手段として位置づけ、定年後に就農してもらえるよう働きかけることが重要と捉えている。そのために「定年帰農者農業塾」などの開催を通じて、定年後の就農を呼びかけてきた。

げんきの郷では、パートタイマーを含め、およそ200名の社員が勤務している。地元農産物の消費拡大により農家所得の向上に寄与しているほか、雇用創出の面でも一定の役割を果たしており、地域経済に及ぼす効果は大きいと言えるだろう。

(きむら としづみ)

品目別に地域の枠を超えて生産部会を再編

JA館林市青果センター出荷組合連絡協議会

主事研究員 尾高恵美

農産物は、作れば売れる時代から、売れるものを作る時代になった。生産部会もそれに適した組織へと再編することが求められている。今回紹介する群馬県JA館林市では、地域の枠を超えた品目別部会を新たに設立することにより、付加価値をつけた販売に結びつけている。

1 地域の概況と従来の組織構造

JA館林市の2007年度の販売・取扱高は80億円であり、その約半分を野菜が占めている。野菜の主な品目は、キュウリ、ナス、トマト、イチゴ、ハクサイであり、とくに施設栽培キュウリの生産が多い。

野菜は、「JA館林市青果センター」（大規模集出荷場）で集荷し、そこから京浜を中心に各地の卸売市場に出荷している。青果センターは、1972年に、物流面の利便性から同年に開通した東北自動車道館林インターチェンジ近くに設立された。このとき、各地区の出荷組合の組合長を構成員として、館林市農業協同組合青果センター出荷組合連絡協議会（以下

「協議会」）が設立された。

出荷組合は地区（集落）を単位とする任意の組織であり、同一の出荷組合の中でも、各組合員が栽培している野菜の品目はまちまちである。キュウリを中心に生産している生産者もいれば、トマトを栽培している生産者もいる。当時は、施設栽培の場合にも、育苗や定植、施設のビニールの張替えなど、栽培品目を超えた地区での共同作業が比較的多かったためである。

協議会は、青果センターへの出荷に関する出荷組合間の意見調整の場として設立された。当時は大量生産大量消費の時代であり、有利に販売するためには、青果センターで一元集荷して出荷ロットを確保し、一元販売することが戦略上重要であった。

2 組織再編とその背景

しかしそれから20年が経過し、農産物消費は伸び悩むようになり、農産物を作れば売れる時代は終わって、売れるものを作ることが求められるようになった。生産したものを単に大量に集荷して出荷するだけでは有利に販売できず、品質を高めるために、栽培方法等の生産面についても生産者の意識を統一することが必要になったのである。

それまでは、卸売業者からの評価等の特定の品目に関する情報は、当該品目を栽培しているかどうかに関係なく、出荷組合の組合長を介して生産者に伝達されており、情報は当該品目を栽培している生産者に直接伝わらなかった。また当該品目の生産者の意見や要望も直に届かなかった。



JA館林市青果センター

また出荷組合長は最も若くても60歳と、年配の生産者が多くなり、協議会での協議内容に若手生産者の意見が反映されにくい状況が生まれていた。高齢の生産者と、子どもの教育費等の負担のために所得拡大に積極的な若手生産者とは、販売や生産に対する意見も自ずと異なる。若手生産者の意見を反映する場が必要になっていた。

さらに、脱会等により出荷組合に加入しない生産者が増え、生産者の約2割を占めるようになっていた。そのような生産者は、JA館林市青果センターに出荷するものの、協議会に要望を反映させる機会はなかった。

そこで1993年に、JAが主導して、地区や出荷組合の枠を超えた「作物部会」を設立した。作物部会には、出荷組合に加入していない生産者を含めて、当該品目を生産する有志が参加した。出荷組合が地区ごとにタテになっているとすれば、それに品目ごとにヨコ串を刺した格好になる(第1図)。06事業年度末において、キュウリをはじめとする19の作物部会が設立されている。

作物部会では、栽培技術や規格基準の統一

に関することを中心に活動している。

そして各作物部会の部会長も協議会の構成員となり、残留農薬検査など、品目間に共通する生産面のテーマを協議することになった。

3 組織再編による効果

作物部会の設立は次のような効果をもたらした。第1に、各作物部会の役員会が頻繁に開かれるようになり、役員から各生産者への伝達事項が迅速に浸透するようになった。

第2に、作物部会の部会長を若手生産者が務めるようになり、それまで行ったことのない取組みにも積極的になった。結果として、作物部会は若手生産者の意見を反映するチャンネルとしても機能している。

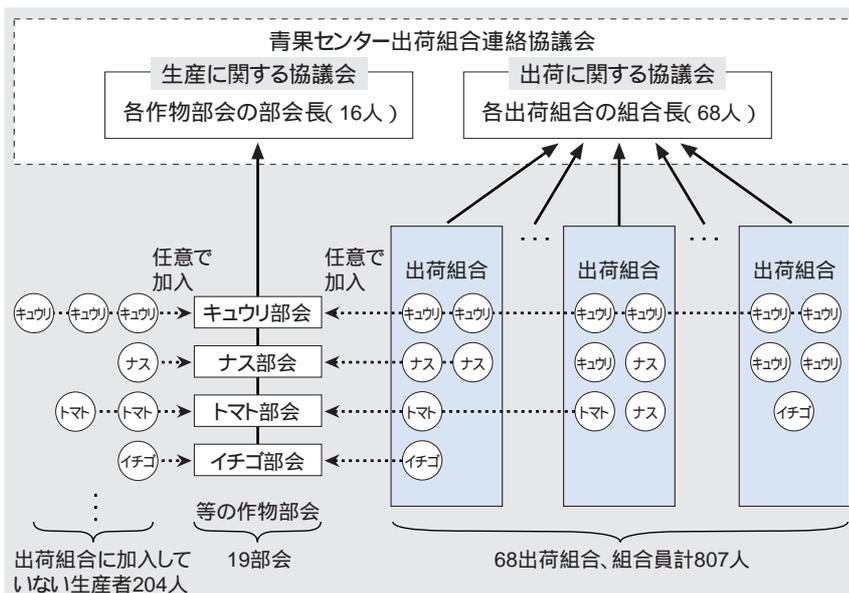
作物ごとの活動が強化され、若手を中心に取組みが積極的になったことを生かして、最近では、さらに出荷方法で差別化を図っている。例えば、キュウリ部会の中にできた、早朝に収穫したものをその日にスーパーの店頭で販売する朝採りキュウリのグループの取組みがそれである。収穫から販売までの時間を短縮した流通システムを構築し、通常の市場

出荷に比べて鮮度が高い状態で消費者に届けられることが、差別化のポイントとなっている。このような取組みを牽引したのが、40歳代のキュウリ部会長である。

JA館林市の取組みは、近年の環境変化に適應するための1つの方向性として、目的を明確化した組織への再編が効果的であることを示しているように思われる。

(おだか めぐみ)

第1図 組織再編後の協議会のイメージ図



資料 聞き取り調査より作成
(注) 数値は2006事業年度末

地域全戸加入の集落組織が地域を活性化

上鹿妻(かみかづま)第一地区協同組合

調査第一部長 齊藤由理子

1 農事実行組合から地区協同組合へ

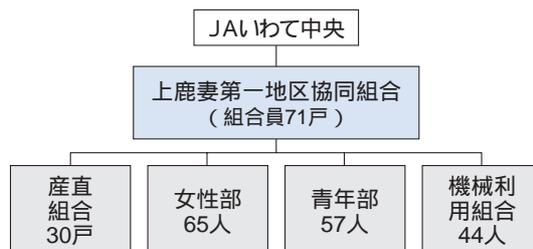
上鹿妻第一地区協同組合(以下「地区協」と略す)は盛岡市の中心部まで車で15分の距離にある3集落(朴、小和田、稲荷場)の組織である。この地域は奥羽山脈の山麓から雫石川流域に広がる平野部に位置し、稲作を中心に果樹、野菜を組み合わせた都市近郊型農業が行われている。

地区協の前身はJAいわて中央の集落組織、上鹿妻第一農事実行組合である。地区協が設立された契機は、農事実行組合から農家組合への名称変更を農協から要望されたことで、これを受けて農事実行組合では1988年から89年にかけて計11回の話し合いを行った。その結果、89年に、「上鹿妻第一地区協同組合」と名称を変更、また、農協組合員だけの組織を、非組合員も含め地域内の全戸加入の組織とした。後述のとおり農家比率の高い地域だが、市中心部に近いため農家の子弟は会社勤めが多く、農業に従事しない人が増え、それらも含めないと地域のまとまりがなくなることから、地域の全戸が加入することが必要と考えた。名称も地域全体の組合にふさわしいものとした。地区協となっても農協の集落組織という性格は持ち続けている。

2 組合員と組織

地区協は71戸の組合員からなり、内訳は、農家非農家別には、農家53戸、非農家18戸、農協の組合員資格別には、正組合員53戸、准組合員8戸、員外10戸である。農家及び正組合員の比率が比較的高いのは、市中心部への通勤圏であり、農外就業の農家子弟が地域内に留まっていること、農業振興区域のた

第1図 上鹿妻第一地区協同組合の組織



め宅地化が難しく混住化が進みにくいであろう。

地区協の役員は、組合長、副組合長、顧問、事務長、事務次長、理事(各集落から1名、計3名)、営農部長、女性部長、青年部長、監事(3名)、班長(3名)である。役員会は年10回程度必要に応じて開催され、監事を除く役員が出席する。総会は年1回3月に開催される。

地区協の下に、産直組合、女性部、青年部、機械利用組合の4つの組織がある(第1図)。

3 各組織の活動

(1)みんなをつなぐパイプ役の地区協

地区協の主な活動は隔年の農リンピック開催と海外農業・農村研修、毎年の国内旅行である。

2年に1度、6月に開催する「農リンピック」は、水田を舞台に、馬による代掻きや稲(もち米)の手植えなどの「伝統農法の継承」と、泥んこボートリレー(写真)、泥んこビーチバレーなど「田んぼで遊ぶ」催しを行う。子供も含めて地域住民が泥んこになって楽しむ1日である。農リンピックは、地区協が主催、青年部が大会運営を担当、女性部は小昼(コピリ)というおにぎり等の軽食を準備、産直組合はテント・椅子・機の貸出など、各組



農リンピックの泥んこボートリレー

織が協力する。

会場となった水田は、その後子供たちの農作業体験田となり、もち米を植え、秋には稲刈り、稲こき、秋祭りも行う。

また、地区協は農協の集落組織として、農協からのお知らせ等の農協組合員への配布、営農指導会開催、総代の選出を行っている。

このように、地区協は、下部組織、地域として農協を結ぶ、パイプ役を担っている。

(2)実働部隊としての青年部

青年部は、90年に15人の有志により設立され、現在では部員は57人に拡大した。親子で加入する家も、また地域外に転居しても部員を続ける人もいる。飲み会中心のコミュニケーションの場として出発し、その中で、農リンピックを企画、運営、また青年部の施設3棟を自分たちで建設するなど、発想力と行動力にあふれている。また地域の農薬散布の共同受託や鹿妻堰の土手の草刈を行い、地域農業を支援し環境を整備するとともに活動資金を確保し、神社の祭では神輿渡御、結婚式での木遣り演舞も行っている。

(3)地産地消の拠点「あいさい館」

2000年に、地区協の有志により、産直組合が設立され、産直施設「上鹿妻の産直 あいさい館」を開設した。施設の建設資金は産直組合の入会金と借入金により、ほぼ会員の手作りで建設された。「あいさい」には愛菜、

愛妻、愛祭、愛歳、愛倅という意味が込められている。商品の大部分は、組合員の作る農産物(野菜・果樹中心)と加工品(女性部による納豆、餅菓子、漬物等)である。組合には夫婦単位で加入し、主に、男性が施設と生産を担当、女性は販売を担当し交代であいさい館で接客をする。

地域の農家は減反した水田で主に野菜や果樹を栽培しており、農家の3分の2はあいさい館だけで野菜を販売する。あいさい館に冬場も野菜を出荷するため、ハウス栽培も行われるようになった。あいさい館の総売上は地域の農業総生産額の約6割に相当する。あいさい館が「地産地消」の拠点となり、稲作専業から稲作と野菜を組み合わせた生産構造へと地域農業の転換を促した。また、あいさい館向けの野菜作りが高齢者を元気にするという効果もあがっている。

4 地域活性化における集落組織の特徴

地区協は、農協の一組織としての役割を超えた多様な活動で地域活性化に取り組み、大きな効果をあげてきた。

成功の要因を組織面からみると、非農家を含む全戸加入の組織であることと、家族の各構成員が多様な組織に属し活動に参加していることが重要であろう。すなわち、経営主層は地区協、女性は女性部、後継者層は青年部、高齢者及び経営主夫妻は産直組合に参加する。なかでも、行動力と発想力を持つ青年部員が、多様な職業の仲間とのコミュニケーションを楽しみながら、自由な発想で様々な活動をリードしていることが地区協のパワーの源であろう。また、青年部での地域のリーダー育成が、本組合が活発な取り組みを続けてきた要因の一つと考えられる。

(さいとう ゆりこ)

日本最大級の茶園を経営するJA出資法人

(有)アグリセンター都城

主任研究員 室屋有宏

はじめに

JAグループ宮崎は、主に耕作放棄・担い手対策の観点から、自ら出資するJA出資法人の設立を推進しており、既にさまざまな法人が営農を行っている。

なかでもJA都城が2001年に設立した有限会社アグリセンター都城(以下「ACM」)は、伊藤園との契約取引を中心に茶園面積が150haに及び、08年度の売上高が約10億円に達する大規模な生産法人である。

1 設立の経緯

ACMは、JA都城の「農業機械銀行」と「営農支援センター」を母体として設立された。前者は組合員向けに大型農業機械、乾燥・調整、水稻育苗、種子乾燥等の受託業務を、後者は人参、ゴボウ等の露地野菜栽培と作業受託(定植・収穫等)を行っていた。

両者は00年に合体し「農産事業センター」となった。一方、01年1月にJA都城と伊藤園との間で「茶産地協定」が締結され、これにより06年までに100haの茶園を植栽することが決まり、JAはこの管理・運営主体として「農産事業センター」を分社化し、生産法人ACMを設立した。

こうした経緯から、ACMは組合員向け受託業務と茶を中心とする農業経営体を併せ持つJA子会社であるといえる。ACMの総出資額の95%は、JA都城が出資し、取締役社長もJA都城の組合長が非常勤で兼務している。残り5%分は元JA職員の専務、常務が出資している。

2 宮崎県におけるJA出資法人

ACMが農業経営を行うようになった背景には、農地の遊休化・荒廃化が進むなか、組合員の農地をどう管理していくかという状況があった。事態を放置しておく、大企業が参入して農地を押えてしまうのではという危惧も当時あったという。こうしたなか、JAが「地域と共生できる生産法人」を直接立ち上げた方が、地域農業の振興に役立つとの認識が生まれた。

ACM設立を先駆けとして、宮崎県は県レベルでもJA出資法人を耕作放棄地・担い手対策の中核とする方針を打ち出している。また、宮崎県のJA出資法人は、近年では新規就農者研修事業の役割も担うようになっている。各JAに新規就農の相談窓口を設置し、出資法人を現場研修の受け皿とする独自支援を行っており、昨年度は20名が同事業の対象者となっている。

JA出資法人を研究している谷口信和東大教授(李侖美氏との共同研究)の資料によると、宮崎県の出資法人数(08年3月現在)は17と、北海道の31に次ぐレベルである(全国計257)。またJA都城管内には合計で7つの出資法人がある(JA出資比率は「95%超」と「20%以下」に2極化している)。

宮崎県ではJA出資割合が50%超の法人を「JA主導型農業法人」とし、50%未満のものを「JA参画型農業法人」と分類している。前者は、特に耕作放棄地対策を念頭に置いたものである。

3 ACMの農地集積と茶園経営

ACMの中心的な栽培作物は茶であり、将来目標としては現状の倍の300haの規模を構想している。ACMはJA都城の農地保有合理化事業を活用し、土地利用集積を図りながら、茶産地の育成を進めている（ACMの茶畑は日本で唯一ISOを取得している）。茶栽培に適さない農地は、主に焼酎用甘藷（現在23ha）、水稻（同10ha）に利用されている。

農地集積は、受け手がなく遊休化が避けられない農地を、JA経由でACMが引き受けていくことを基本としている。現状100筆近い農地は、土地持ち非農家の増加や不在村化等で権利関係が複雑化しているため、その管理にかかるACMの事務負担は大きくなっている。しかし、貸し手にとってはJA、ACMへの委託は大きな安心感があるという。

茶園経営は初期投資が莫大であり、また収穫までに4～5年を要するため、資金調達が大きな課題であるが、この点でもJAとACMの一体的関係が大きな支援となっている。さらにACMが利用する施設、機械類も全てJAからのリースである。JA都城もACMが生産する荒茶の加工施設「茶里」を設立している。

ACMの荒茶は伊藤園との協定で販売ルートと再生産可能な価格保証が図られており、近年荒茶価格が下落傾向をたどるなかで、経営上の大きな支えとなっている。

他方で、取引が1社に集中し過ぎているリスクがあることも否定できない。今後、増大する荒茶量に対してどのような販路を開拓していくかがACMにとり大きな課題といえよう。

4 ACMの雇用体系

ACMの従業員には3つのタイプがある。

第一のタイプの正従業員は計60名だが、1名のみがJA出向者で、残りの59名はJAからの転籍者とプロパー職員である。第二のタイプは、日給ベースの年契臨時従業員（1年契約、社会保険付与）で現在31名在籍している。第三のタイプは、登録臨時従業員で最大3か月の日給ベースである。

従業員は、正従業員（定年60歳）年契臨時（同70歳）登録臨時（同75歳）へと移行し、意欲次第で最高75歳まで働くことが可能である。この雇用体系は、ACMにとっても柔軟な労働力調整の仕組みとなっている（1日平均150名の雇用）。

5 まとめ

JA出資法人については、農業者の協同組織であるJAが農業生産を行うべきでないとの意見も一部ある。また、JA出資法人は過渡的な存在なのか、永続的な担い手なのかといった位置付けをめぐる議論もある。

しかし、ACMの取組みをみると、JAと一体的に活動することで、遊休農地での新規作物導入、大企業との契約取引など、小規模経営では難しかった地域農業への貢献が生まれていることが分かる。また、組合員にとっては農地を安心してJA、ACMに委託できる点も大きなメリットである。

ACMの今後の動向は、JA出資法人に対する評価、またJAと出資法人の関係を考えるうえでも興味深い事例として関心を集めていくとみられる。

（むろや ありひろ）

農林金融2008年8月号

ゆうちょ銀行の展開と地域金融への影響

(渡部喜智)

郵政民営化後、ゆうちょ銀行は矢継ぎ早な規制緩和の申請を行うとともに、積極的な貯金推進キャンペーンを行ってきた。08年5月から、ゆうちょ銀行は住宅ローンの販売代理業務を開始したが、同行首脳は早期の自行住宅ローン販売の意向を示している。また、ゆうちょ銀行の貯金の流出ペースが緩やかになる兆しがあり、その傾向が定着するのか、ゆうちょ銀行の貯金推進の動向とともに、注意が必要である。

このような郵政民営化後の動きに加え、将来の個人金融マーケットの成熟化を睨み、地方銀行などは改めて営業推進の態勢整備を進めるとともに、様々な連携を強めている。個人金融の競争激化のなかでコストも見極めながら、顧客満足度を向上させる方法・方策の模索が続いている。

「経済社会構造の変化と最近の賃金動向」

(南 武志)

2002年以降、日本経済は景気拡大局面を辿ったが、企業は人件費を抑制する姿勢を崩さず、1人当たり賃金はなかなか上昇しなかった。この背景には、人口の多い団塊世代が退職年齢に差し掛かり始めたことに代表されるように就労者の年齢構成が大きく変化した影響が考えられる。さらに、企業経営者もこれまでのような「売上高・シェア」を重視する姿勢から「利益率・効率性」を重視するようになり、労働分配率を引き下げ、株主価値の向上を目指すような施策を採るようになったことなどがあるだろう。なお、労働需給と賃金との関係は基本的には崩れていないことから、人口減少によって先行き労働需給が逼迫する可能性が高い日本でも、それが賃金上昇につながっていく可能性も高いだろう。

農林金融2008年9月号

世界最大の農産物輸出国に向かうブラジル

(阮 蔚)

食料の安定供給が改めて世界の課題となるなかで、農産物の増産余力を持つ国としてブラジルが注目されている。ブラジルはコーヒー、たばこなど伝統的商業作物の輸出大国だったが、2000年以降、大豆、食肉など基礎的食料の生産・輸出を急増させ、05年には農産物輸出で世界のトップ5に入るまでになった。農業の対外開放に伴い米欧の穀物メジャーが参入、それまで資金不足で増産が難しかった農家に資金を貸し付けるとともに国際市場への輸出ルートを提供したことで生産が急激に伸びた。同時にブラジル中部に広がる未開拓のセラード地域の開発が農業の技術進歩の成果で進んだことも増産の要因となった。日本企業にとって世界最大の農産物輸出国に向かうブラジルへの取り組みが重要性を増している。

アルゼンチンの穀物需給と貿易動向

(藤野信之)

アルゼンチンは、主要穀物(大豆、トウモロコシ、小麦)の世界輸出の上位に位置し、また農協系統にとって重要な飼料輸入先となっている。01年の経済危機を通貨切下げで乗り越え、大豆関連の生産・輸出増もあって03年以降9%程度で経済成長している。

大豆の収穫面積は、遺伝子組換え(GM)種子の普及もあって過去10年で急拡大した(トウモロコシ、小麦はほぼ一定)。大豆・大豆油の主要輸出先は中国、インドとなっている。

小麦は、「南米南部共同市場=関税同盟」を利用し、輸出量の約6割が隣国ブラジル向けとなっている。輸出登録制度による輸出規制は、関税同盟国のブラジル向けにも適用され、自由貿易協定(FTA)が食料安保に無力であることの一証となった。

農林金融2008年8月号

日本における投資信託の現状と今後の課題

(鈴木 博)

投資信託は、90年代以降、投信委託業への参入規制緩和や銀行等の投信窓販認可などの制度改革に加え、国内の超低金利の長期化もあり、比較的利回りの高い外国債券やBRICs等新興国を含む外国株式に投資するファンドなどが増加し、投信純資産残高はこの5年間で倍増している。

また、投信は、銀行業や保険業を含む金融業界共通の商品に変貌するとともに、運用の外部委託やファンド・オブ・ファンズの利用が増えるなど、投信委託会社の事業内容にも変化がみられる。

投信の主たる投資者は個人であり、なかでも50歳代以上の年齢層が多い。今後は、投信の信頼性向上や、投信商品への理解を深めるための投資家、業者双方の努力、投資家層のすそ野を広げるための金融投資教育の拡充などが課題となろう。

農林金融2008年9月号

不安定要素の増す

オーストラリアからの小麦調達

(平澤明彦)

オーストラリアは主要な小麦輸出国の一つであり、日本にとっても重要な輸入先である。しかし近年は、百年に一度といわれる大規模な旱魃が02年、06年、07年と相次ぎ、地球温暖化による気候の変化が懸念されている。

政府は各種の予測や対策を打ち出しており、耐旱魃性GM小麦の開発に州政府が参画しているほか、2010年からは温暖化ガスの排出総量規制を開始する方針である。これはバイオ燃料の生産拡大に結びつく可能性もある。

一方、小麦の輸出は69年ぶりに独占が廃止され、国内の大手業者と外国資本の競争・連携が進みつつある。当面は市場の不安定化や、輸送の問題が生じる懸念がある。

金融市場

2008年8月号

情勢判断

- 1 徐々に後退しつつある日銀の次回利上げ時期
～企業・家計のマインド悪化に加え、輸出停滞も現実のものに～
- 2 危機管理対応のもと、金利を動かさない米国FRB
- 3 経済・金融の動向

今月の焦点

- 1 依然として脆弱なままの中小企業の財務状況
- 2 地域銀行の個人預り資産業務の動向
- 3 首都圏のマンション販売の状況

2008年9月号

情勢判断

- 1 既に景気はピークアウト、09年半ばまで後退局面が続くと予想
～日本銀行の利上げ再開時期は09年度後半まで後ズレ～
- 2 景気悪化のリスク大、米国の政策金利据え置き続く
- 3 経済・金融の動向

経済見通し

2008～09年度改訂経済見通し

今月の焦点

- 1 みちのく銀行の住宅ローン推進の取り組み
- 2 蒲郡信用金庫太陽の家支店について
- 3 不動産業の業況悪化と金融・投資環境の変化

皆で支えあう、集落経営体を目指して

農事組合法人田原 理事 酒井弘道

私たちの田原地区は、長野県の南部に位置する伊那市の南のはずれ、天竜川の東側に広がる水田地帯で、水田面積は約65ha、農家戸数103戸の純農村地帯です。1戸当たりの平均耕作面積は、水田63.1a、畑14.5aで、水田のほとんどが7~8aの小区画です。私たちの法人は平成16年秋に誕生しました。現在は組合員79名、利用権設定面積25haで、水稻16haの他、転作の小麦・野菜を栽培しています。

私たちが法人組織を立ち上げたのは、言うまでも無く、担い手の高齢化と耕作放棄地の増大への危機感からでした。長野県というと、山の中の急傾斜地を思い浮かべる方が多いと思いますが、田原地区は比較的平場の水田地帯であり、水の便も良く、耕作は容易な地帯と言えます。それでも、農家の多くは将来に不安を抱え、耕作の持続性が危ぶまれる状況にありました。また、圃場の区画が小さい為、貸し手は多いが借り手がいない状況が生まれていました。

どこの地区でも事情は同じだと思うのですが、将来に対して不安や危機感は皆持っているのですが、では具体的にどうしたら良いかとなるとなかなか話が進まない。評論家はたくさんいるけれど実際に旗を振る人は少ないというのが実情です。「田原」でも、最初はなかなか話が進みませんでした。

そこで、具体的に仕組みを考えるプロジェクトチームを立ち上げようということになり、50歳前後の5人で地域の農業を支える仕組み作りに取り掛かりました。検討の中で、

多くの先進地域や、組織の先輩方の貴重なご助言を頂き、このプロジェクトチームの原案を地域の皆さんに提案する形で同意の取り付けを行ってきました。

よく合意形成はどうされたのですかと質問されますが、全員の合意を得る必要性は無いというより、不可能ではないかというのが私の考えです。ある先輩法人の組合長さんから6:4の法則というのを教わりました。全体の2割は必ず反対する者がいる。しかし残りの8割を全部まとめてしまうと、残った2割の反対者が村八分になる。だから全体の6割位をまとめるのがちょうど良いというものでした。6割賛成ならOKとなると取り組みもずいぶん気楽です。反対者を説き伏せたり、理解をしていただくのは随分手間の掛かる仕事ですし、いやなものは誰が何と言ってもいやなのですよ、きっと。

私たちの法人では、組合員から出てきた全ての農地を利用権設定し、法人の経営としていきますので、売り上げは個人には入りません。組合員は関わった作業の日当を受け取ることになります。また、水田の水管理と畦畔の草刈は、原則地主の責任とし、管理費を支払っています。すべてお任せではなく、出来ることはしてもらおう。「手を出せ、ずく(やる気)出せ、知恵を出せ、それが出せなきゃ顔を出せ」これが私達のモットーです。皆で支えあう法人を目指してこれからも頑張っていくと思っています。

(さかい ひろみち)

農中総研 調査と情報 | 2008年9月号 (第8号)

編集・発行 **農林中金総合研究所**

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-8-3

Tel.03-3243-7323 Fax.03-3279-7136

URL:<http://www.nochuri.co.jp>

E-mail:yasuda@nochuri.co.jp