

農中総研 調査と情報

2010.5 (第18号)

■ レポート ■

● 農林水産業 ●

加工・業務用野菜の動向と JA の取組事例	2
米国の作物収入保険における品目横断化の動き	4

● 農漁協・森組 ●

乾しいたけと農協	6
----------------	---

● 経済・金融 ●

地域銀行のインターネットを通じたサービス提供	8
金融機関に見るポイント制の活用の工夫	10

■ 寄 稿 ■

住民参加で“持続する”社会と地域を―農と食をカギとして	12
(東京大学社会科学研究所 教授 大沢真理)	

■ 現地ルポルタージュ ■

生活の足としてのコミュニティバス運行	
―十津川村営バスの取組み―	14
L L P (有限責任事業組合) を活用した漁協の市場統合	
―沖縄県泊魚市場の事例―	16

■ 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	18
---------------------------------	----

■ あぜみち ■

日本の農業の可能性とマーケティング	20
((株) 麦わら農場 代表取締役 青木理紗)	

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。

加工・業務用野菜の動向とJAの取組事例

研究員 一瀬裕一郎

1 はじめにー加工・業務用野菜の現状ー

野菜消費形態の主流が家庭での調理から調理済み商品の購入へとシフトしており、近年では、加工・業務用の需要量が家庭消費量を上回っている(第1図)。また、加工・業務用は家庭消費用と比較して国産の割合が低いという特徴がある(第2図)。

本稿では、農林水産省による国産の加工・業務用野菜への支援について概観した後で、系統における加工・業務用野菜に対する取組みの事例を紹介する。

2 加工・業務用野菜への支援の拡充

農林水産省では、09年度から11年度まで国産原材料供給力強化対策事業を実施し、加工・業務用野菜における国産割合の向上に取り組んでいる。同事業では、加工・業務用需要に対する国産野菜の安定供給に向けた産地と食品製造業者等をつなぐ中間事業者の育成・強化や加工・業務用野菜の計画生産の促進等、生産・流通体制の変革を目指す取組みを支援対象としている。

また、農林水産省では10年度から、加工・業務用野菜の安定供給に向けた態勢を整備す

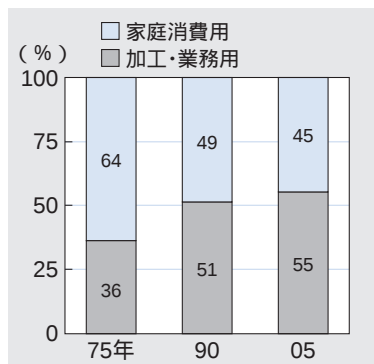
るため野菜価格安定制度を拡充する。その内容は生産者が外食・加工業者等と契約取引を行う際のリスクを軽減するための交付金^(注1)の交付対象の拡充である。具体的には09年度までは指定産地の出荷団体に交付対象が限定されていたが、10年度からは指定産地ではない産地のJAや農業生産法人も交付対象とすること^(注2)となった。

3 JAの取組事例ーJA筑前あさくらー

JA筑前あさくらは福岡県のほぼ中央部に位置し、朝倉市、筑前町、東峰村を管内とするJAである。管内では、米や麦などの土地利用型農業のみならず、野菜や果樹などの労働集約型農業も展開している。特に甘柿は全国有数の大産地であり、JA筑前あさくらは甘柿を原料とする通年販売が可能なドレッシング等多様な加工品を開発している(写真1)。

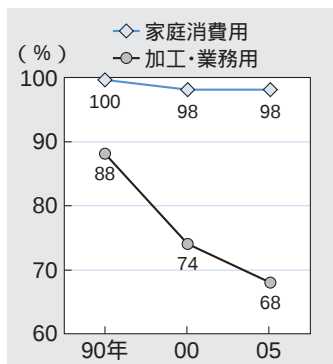
JA筑前あさくらでは、07年度から野菜ジュース原料用ニンジン(以下「加工用ニンジン」)の生産に取り組んでいる。JA筑前あさくらが加工用ニンジンの生産を始めた契機は、麦に代わる高収入の転作作物を模索していたところに、全農の子会社(株)ふくれんから加工用

第1図 用途別割合



資料 農林水産省資料より作成

第2図 国産割合



資料 第1図に同じ



写真1 甘柿を用いた加工品

ニンジン生産の打診があったことである。

JA筑前あさくらが加工用ニンジンの生産を開始した07年度には数名の農家が1haを生産しただけだったが、08年度には6ha、09年度には21haと生産面積が年々拡大している。生産農家も09年度には40戸(法人を含む)まで増加した。

4 生産拡大の背景と課題

このように年々、加工用ニンジン生産が拡大している背景として、以下の4つの利点が指摘できよう。

第1に、出荷調整作業が簡略化できることである。加工用ニンジンは規格がなく、選別作業が必要ない。各農家は500kgフレコンバックに詰めて出荷するだけで済むのである。

第2に、10aあたり収入が飼料用米等他の^(注3)転作作物より高いことである。加工用ニンジンは、実が少々割れていたり、大きさや形が不ぞろいであつたりしても、ほぼ全量販売できるからである。

第3に、輪作体系が確立でき、圃場の利用率が向上することである。加工用ニンジンは8月に播種して12月から2月に収穫する。3月に播種して7月に収穫する加工用バレイショ^(注4)との輪作体系が確立され、圃場の通年利用が実現している。

第4に、機械化一貫体系が確立されている

(注1)収穫量が契約数量を下回った際に不足分を確保する費用等について交付金が交付される。

(注2)指定産地以外のJAや農業生産法人については、複数の産地と連携してリレー方式で周年供給する計画を国へ提出して認定されることが、交付金を受給するための条件となる。

(注3)加工用ニンジン^(注3)の販売価格は45円/kgであり、10aあたり収量は4tなので、10aあたり販売価額は18万円である。さらに09年度までは産地づくり交付金等補助金が10aあたり5万円交付され、10aあたり収入は23万円となる。なお、飼料用米の10aあたり収入は12~15万円程度である。

(注4)JA筑前あさくらではカルビーポテト(株)向けに加工用バレイショの契約栽培を行っている。

ため、農作業が省力化できることである。播種から収穫までが機械化されており、労働力が潤沢にない農家でも、加工用ニンジン^(注3)を生産を行えるのである。

一方で、加工用ニンジンを生産するうえでの難しい点は以下の2点である。

第1に、播種から発芽までの水管理に細心の注意を払わねばならないことである。発芽までに水分が不足すると、播種をやり直さねばなくなる場合がある。

第2に、播種機や収穫機には多額の投資が必要となり、個別の農家では導入が難しいことである。そこでJA筑前あさくらが機械を導入し、個別の農家にレンタルする仕組みを作っている。

加工用ニンジン^(注3)の今後の課題としてJA筑前あさくらは販路の開拓を挙げている。(株)ふくれんの需要量には限界があるので、それ以外の販路をいかに開拓できるかが、加工用ニンジン^(注3)の生産を拡大する鍵になるといえる。

5 おわりにー加工・業務用野菜の今後ー

JAの加工・業務用野菜への取組みは、川下である消費の変化に、川上である生産が対応しようとしていることの表れである。

かつてJAの組合員は専ら家庭消費用の野菜を生産し、その過程で生じる規格外品を加工・業務用に回していた。

しかし、現在では最初から加工・業務用としての販売を目的として野菜を生産する方向に転換する動きもみられている。

つまり、JAは加工・業務用を販売チャネルのひとつと位置づけ、それに適した野菜を生産し始めたのである。今後、このような動きはより一層顕著になる可能性があるろう。

< 主要参考文献 >

・ 社団法人全国農業改良普及支援協会(2009)「特集 加工・業務用野菜の最新動向」『技術と普及』第46巻第12号

(いちのせ ゆういちろう)

米国の作物収入保険における品目横断化の動き

主任研究員 平澤明彦

最近米国の有力議員から、農業保護政策の重点を品目横断的な収入保険へ移そうとする主張が出てきた。これは米国のWTO対応、あるいは先進国農政の方向性の観点からみて興味深い動きである。

また米国では近年、伝統的な農業補助金である農産物プログラム補助金に対して、作物保険の役割が高まっている。

そこで本稿では、米国の作物保険、中でもその多くを占める作物収入保険と、その品目横断化の動向について紹介する。

1 作物保険

作物保険は農業生産のリスクを軽減するための保険である(日本の農業共済に相当)。官民の分業システムが特徴であり、民間の保険会社が保険を販売し、連邦作物保険公社(FCIC)が再保険を提供する。保険の対象品目は拡大が続いており、現在では主要作物、畜産、野菜などの広範な品目が網羅されている。

作物保険は主要3作物(トウモロコシ、大豆、小麦)作付面積の各8割以上をカバーしている(2009年)。その本格的な普及は、保険の購入を他の補助金の受給要件としたことや、農家の保険料(および保険会社の経営コスト)に対する補助金による。

2 作物収入保険の拡大

伝統的な作物保険は単収の減少を補填する。それに対して、1996年から導入された作物収入保険は、単収と価格の両方(正確には単収×価格)に対する保険である。

作物収入保険は、単収の保険と、災害支援、そして不足払いの機能を併せ持つと考えられ

た(農務省リスク管理局の報告書による)。1996年農業法で不足払いが廃止された後は、不足払いに代わって作物収入保険が農家に価格リスクの管理手段を提供するはずであった。しかし現実には、97年のアジア経済危機による輸出の落ち込みから、臨時の農業補助金を経て2002年農業法で不足払いが復活し(価格変動対応型支払。以下同じ)、かつ不足払い廃止の移行措置であった直接固定支払いも存続した。その結果、これらの直接支払いと作物収入保険が並存することとなった。

一方、この数年来穀物等の価格が上昇した結果、従来型の不足払い補助金は多くの作目で支払われなくなった(例外は綿花など)。不足払いの目標価格と支払単収が据え置かれたことも、その有用性を減じた。その結果、不足払いに代わる価格リスクの緩和手段として、収入保険の重要性が増大した。金融機関も農家の収入安定化を一種の担保と見なしており、収入保険の購入を融資先の農家に要請することが多くなった。

こうしたことから作物収入保険の利用は増大し、作物保険の大半(08年における付保面積の55%、保険料の80%)を占めるようになった。作物保険に対する補助金は、農産物の値上がりによる保険料上昇もあって増大し、09年度には農産物プログラム補助金とほぼ同じ規模にまで達した。今や作物保険は主要な農業支持手段の一つとなったのである。

3 品目横断化の動向

こうした作物収入保険を、品目横断的なものにする動きが従来から進んでいる。

まず、農家の農業収入全体を対象とする収

入保険商品が、1999年(AGR)および03年(AGR-Lite)からパイロット事業の下で提供されている。ただしこの保険は、既存作物保険の対象外品目の生産者による利用を想定しており、また利用金額や収入保証に占める畜産の割合に制限がある。

いま一つは、既存の作物収入保険商品(RA)の品目横断的運用である。これは農家の保険契約単位を、同一郡内における全付保品目とする(全農場単位)ものである。品目別の収入を合算することで個別品目の変動が相殺されるため、品目別の保険よりもリスク(保険金の支払)が縮小し、保険料が割り引かれる。農家の農業収入が全体として減少したとき、つまり本当に必要な時に限り保険金を支払うことで、保険料が安く抑えられる仕組みである。

09年から、全農場単位の保険料に対する補助金の優遇措置が2008年農業法に基づくパイロット事業として開始された。これまで保険契約単位にかかわらず補助率は一定であった。新しい制度では補助率ではなく、単位面積当たりの補助金額が通常の保険契約単位に合わせて一律となった。その結果、従来から安かった全農場単位の保険料はさらに大幅に値下がりした。この改正により、政府の補助金負担を増やさずに、品目別保険から切り替える農家の保険料負担を減らすことができる。

4 次期農業法へ向けた動き

米国では2012年以降の農業政策を定める次

(注1) 農産物プログラムによるおもな直接支払い補助金の一つ。農産物の農場販売価格が所定の目標価格を下回る際に、差額が支給される。

(注2) 主な要件は、過去数年間の収入のみに基づき、生産品目・数量や価格と結びつかないこと。保証水準は70%まで。これを上回る部分の保証を緑の政策の枠外で提供することも考えられる。

(注3) ブラジルはこの4月から予定されていた貿易制裁措置を、直前になって延期した。見返りとして米国は当面、毎年ブラジルの綿花業界に補助金を出す方向である(両国の政府発表による)。

期農業法に関する議論が始まっている。議会において大きな影響力を有するピーターソン下院農業委員長は、現行の品目別作物保険を品目横断的な農業収入保険へ転換し、また価格支持や直接固定支払いを縮小・廃止する意向を示した(4月3日付Capital Pressなど)。これは米国連邦政府の財政悪化から予想される予算削減の下で、従来の農産物プログラム(直接支払い等)から作物保険への転換によって両施策の重複を排し、また品目横断的収入保険への移行によって品目別作物収入保険よりも対象とするリスク(保険料)を抑制(上記)することで、農家のセーフティネットを維持しようとする試みである。また対象品目の全農産物への拡大を想定している。

中期的に農産物の高値水準が続くとみる限り、は自ずと進む可能性も高い。現在の価格水準の下では、農産物プログラムは有用性が低く、次期農業法における予算規模もその実績に応じて小さくなるためである。主要な農業団体も作物保険の重要性を認めている。

他方、は米国にとってWTO対応となり得る。農業収入保険への財政支出は、所定の条件^(注2)を満たせばWTO農業協定における緑の政策(削減の不要な国内農業支持)である。米国は綿花補助金に関するWTO紛争でブラジルに敗訴し、次期農業法で対応を迫られている^(注3)。

とが実現すれば、綿花や、同様の補助金制度を有する他の主要作物についてもWTO対応が進む可能性がある。ただし、に難色を示している団体もあるという。

もし仮にとが実現すれば、WTO農業交渉における国内農業支持の扱いや、先進国農政における直接支払いの位置づけに影響を及ぼす可能性もある。今後が注目される。

(4月19日時点の情報に基づき執筆)

(ひらさわ あきひこ)

乾しいたけと農協

主事研究員 若林剛志

本稿では、最近の乾しいたけの生産・流通の動向と乾しいたけを取り扱う専門農協の取組みについてみていきたい。

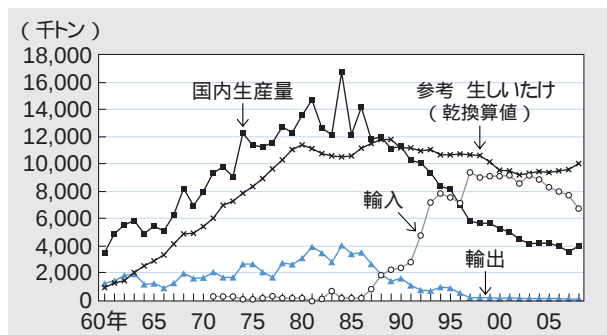
1 生産・価格および農家の収益動向

(1) 生産量・輸入量の推移

乾しいたけと生しいたけの国内生産量を比較したのが、第1図である。これをみると、88年までは生しいたけに比べ乾しいたけの生産量が多かったが、89年以降は生しいたけの生産量が乾しいたけを上回っている。この背景には施設を利用し、栽培期間が短縮できる菌床栽培の普及がある。なお、国内産乾しいたけは原木栽培である。

乾しいたけはかつて輸出農産物の中心的存在であったが、プラザ合意後の円高を経て輸出量が急減した。そして、08年の乾しいたけ生産量は3,867トンとピーク時の23%に減少している。これは中国からの輸入急増の影響が大きい。中国からの菌床栽培による乾しいたけは、国内産の乾しいたけの1/3から1/4の価格で販売されており、08年では乾しいたけの国内流通量の64%が中国産を含む輸入品となっている。

第1図 乾しいたけの生産と輸出入量(全国)



資料 農林水産省『特用林産物需給動態調査』
(注) 統計に生しいたけの乾換算値は掲載されていないが、乾しいたけを生換算した数値から逆算して求めた。

なお、乾しいたけの輸入量は近年減少している。この背景には、06年にポジティブリストが導入されたこと、原料原産地表示の徹底がなされたこと等があるとみられる。また、これらの制度導入に伴って国内産が一定の評価を受けるに至っており、減少傾向にあった国内生産も近年は横ばいが続き、08年ではわずかながら増加に転じた。

(2) 生産構造

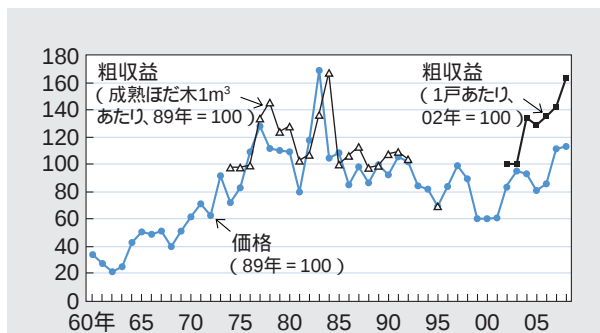
乾しいたけは価格変動が大きく、栽培に季節性があるため、生産者には兼業や複合経営者が多く、かつ経営規模は小さい。また、原木栽培であるため、山間部での栽培が中心であり、生産者の多くは高齢者である。そして、生産には玉切りのためにチェーンソーを使う等、危険度の高い作業も伴う。

しかし一方で、初期投資が少なく、生産物の重量が軽いことから、乾しいたけは高齢者でも比較的取り扱いやすい品目と考えられている。そのため、農家の高齢化が進む総合農協の一部では、奨励作物に組み入れる例もみられる。

(3) 価格・農家の収益動向

小規模な農家や林家により出荷された乾し

第2図 価格と粗収益の動向(全国)



資料 農林水産省『しいたけ生産費調査報告』(1974～95年)、『林業経営統計調査』(2002～08年)

いたけは、専門農協や全農等が開設している市場で取引され、価格が決まる。その価格は代替品である輸入乾しいたけの価格や輸入量からも影響を受ける。近年は輸入量の減少を受けて、国内産乾しいたけの価格が上昇しており、農家の粗収益も増加傾向にある（第2図）。

2 出荷と販売

次に乾しいたけの集荷等流通構造をみていく。

乾しいたけは特用林産物に区分される。林産物であり、森林組合も乾しいたけを取り扱っているが、第1表にみられるように、最も取扱量が多いのは農協であり全体の5割を占める。そして、そのなかでも専門農協の取扱いが最も多く、全体の25.5%を占めることが注目される。なお、日持ちするという乾しいたけの特徴から、生産者による直販も14.8%を占め、近年そのウェイトは高まっている。

専門農協は特定県に集中しており、乾しいたけ生産の全国シェアが最も高い大分県（38.5%）と3番目の熊本県（7.3%）では、専門農協がそれぞれ県内の集荷・販売シェアの50.2%、58.8%を占めている。以下では、そのなかでも日本有数の集荷・販売シェアを持つ大分県椎茸農協について紹介したい。

第1表 乾しいたけの出荷販売実績（全国、08年度）
（単位 トン、%）

		出荷・販売量	割合
農協		1,895	50.1
	専門農協	965	25.5
	一般農協連	619	16.4
	農協	311	8.2
森林組合		311	8.2
	森連	217	5.7
	森組	93	2.5
出荷業者		764	20.2
生産者組合		14	0.4
個人出荷		562	14.8
その他		239	6.3
計		3,784	100.0

資料 第1図に同じ

3 大分県椎茸農協

大分県椎茸農業協同組合は乾しいたけの専門農協である。08年度の組合員数は3,945人で、乾しいたけ販売額は約33億円となっている。販売事業以外にも種駒等の購買、原木調達資金の組合員への貸付等も事業として実施されている。

大分県は、同農協と同農協組合員の活躍により全国乾椎茸品評会で全57回中43回もの団体優勝を重ねている。しかし、同農協では現状に安住せず、輸入品との競合においては乾しいたけの品質向上による差別化が重要であると、組合員への支援を続けている。これは、品評会入賞者が特定組合員に偏っている現状に鑑み、組合員全体の栽培技術の高位均質化を図るため、品質向上へ向けて活動する複数の研究グループへ資金支援を行う取組みである。グループの活動内容は、技術水準の高い地域への視察や生産者同士の栽培研究、品評会入賞の熟練生産者から若手への技術の継承等である。この活動の結果、研究グループに属す組合員の品質は向上しているという。そして、この活動により若手生産者が育つことで、農協は一定品質の生産物を安定して集荷・販売できることとなる。

4 おわりに

国内産乾しいたけは、無肥料・無農薬で栽培される自然食品であり、食品の安全性や健康志向の高まりのなかで一定の需要は見込まれる。しかし、輸入乾しいたけの動向は無視できず、経営規模の拡大や栽培技術の高位均質化への努力等が必要となっており、農協のかかわり方の一例として、本稿で取り上げた専門農協のような取組みが求められていると考える。

（わかばやし たかし）

地域銀行のインターネットを通じたサービス提供

理事研究員 渡部喜智

1 インターネット利用は着実に進展

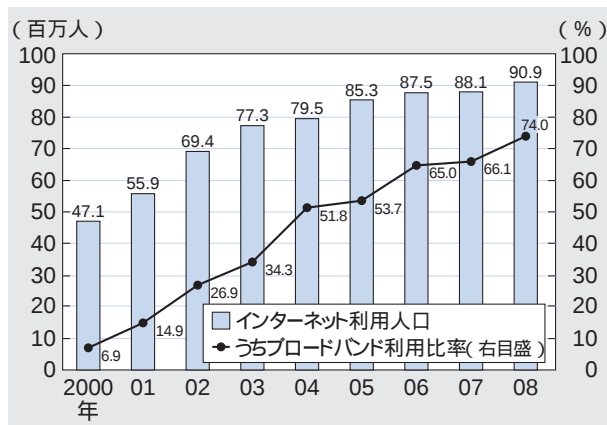
総務省の「通信利用動向調査(09年)」の推計によれば、パソコンや携帯電話などを通じてインターネットを利用する人口は9千万人を超え、その利用人口が総人口に占める割合は四分の三に達した(第1図)。

このようななかで、インターネットを使い金融取引をしたことがある人は、2割強(22%)との回答であった。この割合の高低については評価は分かれるだろうが、インターネット・バンキングの利用者像が「都会」に住み「IT(情報技術)リテラシーの高い」能力を持つ「若い人」というイメージの範疇を離れ、利用顧客層が着実に広がっていることは間違いない。以上のような流れのもとで、インターネットを通じた金融機関のリモート・チャンネル戦略の取組みの現状を、地域銀行を中心にみることにしたい。

2 インターネット・バンキングへの対応が中下位の地域銀行でも進む

地域銀行のほとんどでインターネット・バンキングの利用が可能となってきた。

第1図 インターネット利用人口の推計



資料 総務省「通信利用動向調査」より作成

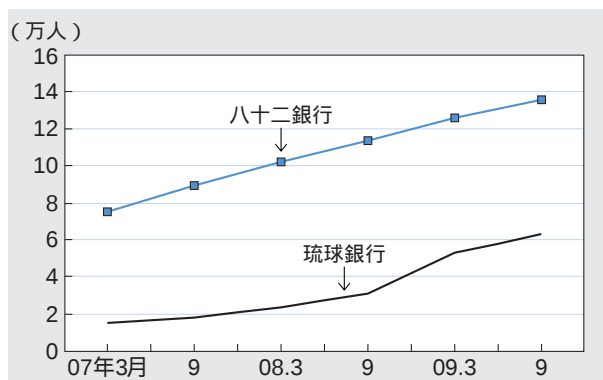
利用できる取引範囲は銀行ごとに一様ではないが、振込・振替や入出金照会・残高確認のほか、定期・外貨預金の設定・解約、ローンの繰上げ返済、投信の売買、税金を含む各種料金の納付などへサービスは拡大している。

対応が遅れていた資金量が中下位の地域銀行でも、インターネット・バンキングのサービスが始まっている。地域銀行においてインターネット・バンキングは、標準的なチャンネル戦略の対応となっているといえよう。

インターネット・バンキングの契約者数に関する情報開示は多くなく、実際の稼働状況も千差万別と考えるべきだろうが、情報開示している第2図の両行の契約者は順調に伸びている。ノルマ的な推進は強く行っていないようだが、八十二銀行ではすでに個人顧客口座数のすでに1割近くに達している。

インターネット・バンキングの利用誘因については、「ポイント・サービス」へのカウントや様々な手数料優遇や定期預金金利の上乗せなどのメリットが付与されているということも大きい。ただし、両行によれば、利用者サイドからの評価として、多くのサービスが24時間利用できるという時間節約のメリッ

第2図 八十二、琉球銀行のインターネット契約者数



資料 IR資料より作成

トも高いという。

また、利用者の年齢層も想定していたより中高年層が多いという。

以上の取組結果から、両行は地方においてもインターネット・バンキングのニーズは大きいという見方に立っている。

3 住宅ローン推進ではインターネット

利用に慎重な進め方も見られる

メガバンクは、銀行のホームページから住宅ローンを含む各種ローンの仮審査申込みができる態勢をかなり前から整えた。一方、地域銀行では、カードローンやフリー・多目的ローン、マイカーローンのほか、教育ローンやリフォーム・ローンなど定型的な審査判断が可能なものは、インターネットによる仮審査申込みの対応をほぼ行っているが、住宅ローンでは四分の一にとどまる(第1表)。

インターネットで住宅ローンの仮審査申込みができる地域銀行は、大都市圏と同周辺地域が中心であり、地方圏では決して多くない。過去2年前との比較でも、2行が新たに導入したに過ぎない。

また、導入している地域銀行でも評価は分かれているのが実情だ。業者ルートや営業店以外での住宅ローン申込のチャネルとして効果を強調している地銀がある一方、仮審査を

通過後必ず審査の面談をする必要があり、かつ貸出実行に至る比率が高くないこと、さらに申込みの真偽(「冷やかし」ないし「なりすまし」)確認の煩雑さもあることなどから限界的・低評価のところもある。

地銀のインターネット支店を通じた預金獲得の姿勢は、預貸率や地域競合行の動向によって、かなり違う。インターネット専門銀行と目される5銀行の預金量は、運用の難しさや経営状況・経営母体の変化などもあり、後発銀行を除けば、伸びの鈍化は否めない。ただし、付利する金利によって動く足の速い資金がかなりあることも確かだ。例えば銀行・信金の個人預金口座で、預入金1千万円超が106兆円、そのうち1億円超は9兆円強である。このような大口預金をターゲットに預金吸収のチャネルとして一定の評価もされる。

金融機関のリモート・チャネル整備は、電話やファクシミリ、コールセンターでの対応から、インターネットへと進展してきた。インターネットを通じた金融サービスや情報の提供へのニーズは大きいと思われるが、インターネットを通じアクセスした顧客に対して、営業店や渉外担当者などの対面チャネルやコールセンター担当者などでの有人対応が必要な場合は多い。かつ、システム開発・運用のコストも小さくない。

したがって、コスト・パフォーマンスは期待倒れとなるリスクもある。よって、品ぞろえ的にチャネル整備するのは注意すべき面も大きい。中核的顧客のニーズを踏まえ、その満足度の向上に資するか、という判断がインターネットを通じたチャネル整備においても重要となる。

(わたなべ のぶとも)

第1表 地域銀行におけるインターネットでの住宅ローン仮審査申込可否の状況

	地銀			第二地銀			調査計		
	行数	可能数	可能数割合	行数	可能数	可能数割合	行数	可能数	可能数割合
全国計	64	22	34.4	42	4	9.5	106	26	24.5
北海道・東北	11	4	36.4	6	0	0.0	17	4	23.5
関東	9	5	55.6	7	2	28.6	16	7	43.8
中部	15	7	46.7	10	0	0.0	25	7	28.0
関西	8	3	37.5	3	1	33.3	11	4	36.4
中国	5	0	0.0	4	0	0.0	9	0	0.0
四国	4	0	0.0	4	1	25.0	8	1	12.5
九州・沖縄	12	3	25.0	8	0	0.0	20	3	15.0

資料 各行ホームページより作成(2010年4月12日現在)

(注) 中部地区は甲信越、北陸、東海の10県。また、埼玉りそな銀行は除く。

金融機関に見るポイント制の活用の工夫

主事研究員 田口さつき

1 すすむポイント制

このところ、金融機関では、ポイント制を導入する動きが浸透しており、すでに地銀・第2地銀の約6割(筆者調査)が採用するまでになっている。金融機関が採用しているポイント制とは、金融取引をポイントに換算し、その合計ポイントに応じて優遇措置・特典を付与するものである。

近年、ポイント制は取引定着化や取引拡大を図るよう、設計が洗練されてきており、リテール部門での推進の一翼を担うようになっている。

本レポートでは、すでにポイント制を導入している地銀の事例からその活用のヒントを探っていきたい。

2 地銀のポイント制の特徴

地銀が導入しているポイント制のなかで共通した特徴を「ポイント換算する金融取引」や「優遇措置・特典」の面からみている。

ポイント換算の対象取引は、「給料振り込み自動受取」、「公共料金等の自動支払い」など家計の定期的な入出金にかかわるものが多い。また、「住宅ローンの借り入れ」「その他ローンの借り入れ」「クレジットカード利用・銀行発行カード利用」など、貸出もポイント換算の対象になっている。これらに加えて、「預かり資産」に関する取引を対象にす

る銀行もある。なお、取引ごとのポイントの付け方は、各行で異なり、リテール推進戦略が反映されているものと思われる。

次に、優遇措置・特典については、「ATM(時間外・コンビニ)手数料無料・割引」が最も多い。その次に多いのが「ローン金利の引下げ」である。

なお、優遇措置・特典は、複数取引があってはじめて受けられる設計になっていることが多い。また、ポイントの合計点に応じていくつかのステージに分けて提供される。例えば、10～19ポイントが優遇措置・特典を受けられる最低ステージだとすると、20～39ポイントでは次のステージとなり、いくつかの優遇措置・特典が付け加わるという具合である(第1表)。

第1表 優遇措置・特典とステージの関係(イメージ)

	各ステージ	第1	第2	第3
	対応するポイント(合計)	10～19	20～39	40～
優遇措置・特典	ATM(時間外・コンビニ)手数料無料・割引	○	○	○
	ローン金利引下げ	○	○	○
	振込手数料の無料・優遇		○	○
	貸金庫利用料の無料・割引			○
	ポイントを景品に変える			○

資料 各行ホームページを参考に作成
(注) 対応するポイントもイメージ。

3 ポイント制の設計の工夫

ポイント制の設計には、取引定着化、取引拡大に向けた工夫がなされている。取引定着化は、まず、「自動受取」や「自動支払い」など、顧客の利用頻度が高く、いったん口座指定されると、取引が長く続くものをポイント換算の対象としている。さらに、優遇措置・特典の「ATM（時間外・コンビニ）手数料無料・割引」を提供することで、顧客が日々の入出金など財布がわりに利用しやすい状況をつくっている。そして、加えて、これらの日常的な取引の促進のため、優遇措置・特典がたやすく享受できるような工夫がなされていることが多い。

ポイントの配分とステージをうまく絡ませることにより、取引拡大を推進していく工夫も見られる。この典型的なものが、住宅ローンである。一般的にローンについては金利が最も顧客の関心・選択に訴えるものであり、ポイント制自体は新規のローン顧客獲得に有効なわけではない。むしろ、既存の住宅ローン利用者にとり取引拡大のためのインセンティブが織り込まれている。それは、住宅ローンの利用に対し、他取引も加わると比較的容易に上位のステージに移行できるよう、ポイントを配分することによって行われている。具体的には、住宅ローンだけの取引の場合、15ポイントを配分することで顧客は最低ステージ（第1表）の優遇措置・特典が受けられるが、これに利用頻度の高い公共料金等自動支払いなどの取引が加われば、1ランクアップした

ステージへ進めるという仕組みである。

4 設計に加えて

ポイント制は、以上のような取引定着化や取引拡大に有効といえるが、さらにポイントの動向や顧客のポイント交換行動など新たなサービスにつながるような顧客情報を蓄積することが期待できる。

一方で、ポイント制には以下のような留意すべきことがあると考えられる。

まず、当初の設計には細心の注意が必要である。これは、いったんポイント制を導入した場合、抜本的な改定を行うと、顧客の混乱を招いてしまう恐れがあるためである。また、ポイント制があまりに複雑であると顧客はそのメリットを理解できない可能性もある。顧客にはわかりやすく、金融機関にとっては収益性をあげるような設計という、難しい課題を抱えているといえる。

次に、導入時においては、顧客への利益還元という点で既存の還元サービスとの整合性をどうとるか、という視点が必要であろう。ある金融機関では、定期預金などの新規預け入れなどの際に粗品を渡すのをやめ、ポイント還元する方法に統一した。しかし、なかには取引を行ったその場で特典を受け取りたいという顧客もいる可能性がある。

このような問題に対処するためにもポイント制について顧客に十分に周知させる工夫が望まれる。

（たぐち さつき）

住民参加で“持続する”社会と地域を—農と食をカギとして

東京大学社会科学研究所 教授 大沢真理

1 危ぶまれる日本社会の再生産

1998年以来12年連続で年間の自殺死亡者数は3万人を超えており、うち1万人は40代・50代の男性である。もちろん自殺は中高年男性だけの問題ではない。日本の自殺死亡率は、女性では世界第3位であり、男性では第10位である。そして出生率は韓国について世界最低である。所得格差は、先進国のなかでトップクラスにあると懸念され、とくに母子世帯の相対的貧困率は最高である。

出生率や自殺死亡率は、一般に社会的排除の指標とされているわけではない。しかし、日本の合計特殊出生率は、すでに20年以上にわたって人口置換水準(人口を維持できる水準)を下回るだけでなく、人々が希望する子ども数を大きく割り込んでいる。つまり低出生率は、生み育てることの困難を反映するのであり、自殺死亡率とともに、日本社会での「生きにくさ」を示すといえるだろう。

貧困や格差の広がり、子どもたちの学ぶ機会と教育達成にも影を投げかけている。雇用の不安定化などにより社会保険料の滞納や非加入が広がり、「国民皆保険」と謳われた社会保険制度は空洞化している。しかも、いわゆる「構造改革」が社会保障費用の抑制に傾注するなかで、制度の綻びや信頼の毀損がもたらされた。

2 政治や社会が果たすべき役割は大きい

同時に、これらの指標が表す事情の特徴や

背景を検討すると、出生率や自殺率にたいしても、雇用状況や所得格差といった経済社会的要因の影響が大きいことが分かる。相対的貧困について日本では、有業でも貧困となるリスクが高く、共稼ぎしても貧困から脱出しにくいという特徴がある。女性の稼働力が弱いというジェンダー関係がそこに如実に反映しているのだ。

その際に、税と社会保障制度の効果が重要である。税と社会保障制度による再分配(税と社会保険料を徴収し社会保障を給付する)の前と後で相対的貧困率を比べると、日本では、成人の全員が就業している労働年齢世帯、および子どもにおいて、再分配後の方が率が高い。そのような状況が見られるのは、OECD諸国のなかで日本だけである。

つまり、税制改革や社会保障制度改革など、社会的政治的な対応が果たしうる(また果たすべき)役割が大きいことも明らかである。

3 住民参加のユニバーサル・サービスを

諸外国と比べると日本の公的社会支出は、年金と医療費に集中している。逆にいうと、育児や介護などの多様なサービス・ニーズ、住宅保障、障害への対応、労働市場への参加を容易にする教育訓練など、サービス保障が貧弱である。

私はかねてから、社会政策の重点を所得保障からサービス保障へとシフトさせること、住民のニーズにおうじて財・サービスを「ユ

ユニバーサル」に保障する第一次的な責任を、地方政府に明確に付与することを、提案している。地方政府の責務はこれまでよりも重くなるので、それに見合う税源を地方政府に移譲し、地域住民の自己決定・自己統治力を高める必要がある。

地方政府が住民のニーズにおうじて財・サービスを給付するといっても、財・サービスの保障水準にはナショナル・ミニマムがなければならない。高齢者の比率が高いなどのためにニーズが大きい、財政力が不足するために、地方政府だけではそのナショナル・ミニマムを満たせない場合が生じる。その際にナショナル・ミニマムを担保することが中央政府の任務となる。

ユニバーサル・サービスとは、生まれ、育ち、学び、働き、憩い、育み、支えあい、看とり、そして生をまっとうするうえで、不可欠な保育や保健医療、教育、介護などが、誰もが利用可能な適切な条件で、あまねく公平かつ安定的に提供される、ということである。ユニバーサル・サービスが確保されることで、地域は、住民がそこで子どもを生み育て、暮らし続けたいという希望をもてる、“持続するまち”(サステナブル・シティ)となる。そのためには、地方政府が真の意味で住民の自己統治の機関となり、サービスの企画立案にも提供にも地域運営全般にも、多様な住民が主体として参加する機会を徹底的に保障する必要がある。

4 ハード・ソフトと複数課題の統合で

だが、ニーズは個別的で多様である。多様な住民が参加しても、優先すべき財・サー

ビスについて、道路や橋の建設・補修か、保育サービスか、病院や入所施設の設置・拡充か、在宅介護サービスか、などという対立が起こりうる。ここで重要なのが、ハード・ソフトと複数課題の統合であり、それを可能にするのも徹底した住民参加である。

児童の発達促進とあわせた多面的施策の例として、地方の農山漁村を舞台(フィールド)として、環境教育や自然体験の充実による子どもの発達促進と、限界集落・中山間地の地域再生および農林業の活性化を組み合わせることが考えられる。EU諸国ではすでに「教育ファーム」の名称で多彩な施策が推進されている。そこから、国土保全と低CO₂(炭素)社会への移行も展望できるだろう。

高齢者の居住に関する多面的施策としては、高齢者集住地域の都市再生と、防災時にボランティア力を発揮する学生の住居配置を組み合わせることが考えられる。

また、高齢者の福祉に関連して、多くの仲間とともに太陽の下で野菜づくりや花づくりをエンジョイする「園芸福祉」、環境市民としてボランティア活動を進める「環境福祉」など、福祉概念の拡充も必要であろう。安全な「食」への関心を入り口として市民菜園で体験を積むことで、「農」および地域の緑や自然などの「環境」に関心が広がる。

そこでの仲間づくりから、健康や都市問題、リサイクル、生物多様性、脱温暖化社会へと視野が広がる。地球レベルの環境問題に対処しなければならないという、環境地球市民の自覚も進むだろう。

(おおさわ まり)

生活の足としてのコミュニティバス運行

——十津川村営バスの取組み——

研究員 岡山正雄

1 十津川村の概要

十津川村は奈良県最南端に位置する。面積は672.35km²であり、日本最大の村である。また、村の96%は森林であり、山に囲まれたわずかに川沿いにある平地に54大字200集落が点在している。村の主要産業は林業、建設業および観光業であり、谷瀬の吊橋や十津川温泉郷、世界遺産の熊野古道といった観光名所がある。

本稿では当村を走り全国のコミュニティバスの先行事例である「十津川村営バス」を採り上げる。

2 村営バス導入の経緯

十津川村にバスが開通したのは国道169号線が完成した1959年である。これに併せて村内には11路線126kmの林道が開設され、4つの支線が奈良交通によって運行された。

村の人口はダムの建設工事で1960年には16,000人に達したが、以後は減少し続けた。そのため63年から小中学校の統廃合が開始された。これによって徒歩での通学が困難な生

徒が出たこと、路線バスだけでは本数が少ないことから村は10数台のスクールバスを購入し、9支線を運行させた。

その一方で村民が利用できる路線は少なく、交通の便は極めて悪かった。そのためスクールバスへの住民混乗の要望が徐々に高まり、このニーズに応えるべく文部省と陸運局の許可を得て、75年に村営バスの運行を開始した。

ただ、導入当時の運転士は十津川村職員によってまかなわれていた。この形態では運行管理や安全管理のノウハウが少なく、住民や学校の要望を満たすには不充分であった。また奈良交通の4支線も極端な赤字であり、十津川村は多額の助成を行っていた。

そこで、長期的に路線を維持するという観点から村と奈良交通で協議を重ね、80年に幹線は奈良交通、支線は村が奈良交通に運行委託を行うことや、支線の運転士は村内の者を雇用することで合意に至った。この方式は「十津川方式」と呼ばれ、農山村部のバス路線運営の模範となっている。

3 村営バスの現状

十津川村営バスは現在19台のバスを保有し、16路線200kmに及ぶ路線を運行していて、年間85,758人(08年度)が利用している。路線は村民が1人でもいる限り、その地域へバスを運行させる方針であるため、マイクロバスが進入可能な集落を網羅している。ダイヤは第一義的なスクールバスとしての役割から、通学の便を考えたものになっている。これに加えて、村内2か所にある診療所、個人病院、



村営バスの車両

第1図 村営バス路線

バス停名 路線名	上野地	十津川役場前	十津川温泉	バス停名 路線名	上野地	十津川役場前	十津川温泉
谷瀬線	○	-	-	二津野線	-	-	○
旭線	○	-	-	今西・松柱線	-	-	○
本線	○	○	○	西中大谷橋線	-	-	○
神納川線	○	-	-	小坪瀬線	-	-	○
内原線	○	-	-	迫西川線	-	-	○
大野線	-	○	○	上湯川線	-	-	○
瀬八丁線	-	○	○	那知合線	-	-	○
高森線	-	-	○	七色・本宮線	-	-	○

資料 十津川村ホームページより作成

(注) 1 上野地には中学校と診療所、十津川役場前には小中学校、診療所と村役場、十津川温泉には小学校、病院がある。

2 図の○は当バス停に停車することを示す。

五條市および新宮市の総合病院への通院、商店が集まる十津川温泉への買い物といった日常のニーズを満たすことに配慮したダイヤ設定を行っている(第1図)。また幹線バスとの接続のために、奈良交通のダイヤ見直しに応じて随時見直しを行っている。

なお、08年度の村営バスの収支は営業収入2,034万円に対して、経費が16,915万円となっている。赤字分を村が補填しており、村の歳出の3%程度を占めている。

4 今後について

十津川村の高齢化率は40%近くになっていて、若年層の減少から今後ますますバスが生活の足として重要になってくる。ただ人口は減ってきており、バス需要も減少傾向にある。そのためバスの買替時には従来より小型のバスを購入するなどして費用の圧縮を図っている。その一方で、運転士の平均年齢の上昇から運行委託費が年々上昇していることが課題である。

今後の村営バスの動向としては次の2点がある。1つは小中学校の統廃合にともなう路線の見直しである。これについては運行距離が伸びることからバスを追加購入することで

対応した。もう1つが、県の「野迫川村・十津川村地域公共交通総合連携計画」である。この計画では(1)広域通院ラインの開設、(2)需要に応じたバスの運行、(3)交通空白地域へのサービス提供、がうたわれている。(1)については総合病院である県立五條病院の受付時間に間に合うようなバスの運行を今年度中に開始する予定である。(2)は極端に需要の少ない路線をデマンドバスにする計画で9月から昼間の便で導入を検討している。(3)は社会福祉協議会に運行委託し、バンやタクシータイプの車両を交通空白地帯に運行させる計画である。これらの計画によって、持続的でよりきめ細やかな交通サービスの提供を目指している。

5 まとめ

交通はそれ自体が目的ではなく、地域の住民が暮らしを維持していくうえで派生的に発生する需要である。特に農村部では高齢化にともない、自家用車が運転できない人々が増えていることから、バスはライフラインの1つと言ってよい状況にある。

また農村地域は農地や森林を維持することによって、水源涵養^{かんよう}や土砂災害防止の役割を担っているのみならず、歴史的な街並みや文化財、自然があり、歴史・文化を継承したり、都市住民にとっての安らぎの場となったりしている。これらの社会的便益を考慮すれば、農村地域を維持することは単にその地域の振興だけでなく、国土保全の観点からも重要と考えられる。

これらを踏まえれば、十津川村の村営バスは地域の持続性維持を通して村だけでなくより広い地域の活性化を支えていると言えよう。

(おかやま まさお)

LLP (有限責任事業組合)を活用した漁協の市場統合 ——沖縄県泊魚市場の事例——

専任研究員 鴻巣 正

1 はじめに

漁業を取り巻く状況は、水揚げの減少や魚価の低迷等で厳しい環境に置かれ、漁業者や漁協の経営を圧迫している。このため漁協の販売事業も見直しを迫られており、漁協の運営する産地市場も変革を余儀なくされている。

しかし、沿岸漁業者等組合員に密着した漁協運営の市場の統合は、組合員の営漁に直結するため、現実には課題が多く困難視する向きが強かった。こうしたなか、沖縄県泊魚市場でLLP(有限責任事業組合)を活用した市場統合が実現し、市場統合の方式として注目されている。本稿では漁協における販売事業効率化の手段としてLLPを活用した産地市場再編について紹介する。

2 市場統合の背景と経緯

泊魚市場は、沖縄県漁連と那覇地区漁協を開設者とする地方卸売市場であり、同時に漁業者のための産地市場機能を有している。同じ漁港内に建物、施設が隣接し、漁連と地区漁協がそれぞれ業務を行ってきた。

市場統合に向けて、06年11月に関係者による協議会、幹事会を設置した。さらに漁連と

第1表 LLPの特徴

	LLPの特徴
法人格	無。契約による人的共同事業体
組合員の責任	有限責任
意思決定	組合員同士の合意(内部自治)
内部組織	取締役会等機関設置義務はない
業務執行	組合員全員の参加
資産の保有	組合員の合有財産
損益の分配	出資比率と異なる分配可
従業員の雇用	LLPでの雇用可
登記	必要(LLP契約の登記)
課税	構成員課税

資料 経済産業省「LLPに関する40の質問と40の答え」より作成

地区漁協では統合に伴う様々な課題を検討するため、作業部会を設け実務的な検討を進めた。作業部会の検討では、セリの実施方法など業務そのものは支障ないが、統合する法人の経営をどうするかが問題となった。漁連も地区漁協もそれぞれ資産を有しており、資産の持分や経費等の分担関係もむずかしい課題であった。

市場統合には、漁連・地区漁協の経営の安定、各主体の収支責任、人件費や経費の負担関係など経営に直結する事項の合意が不可欠であった。このため税理士や公認会計士等専門家の意見も踏まえ、合意を実現するためには、LLP方式(第1表)を採用し、漁連と地区漁協の共同事業として実施するのが最善であるという結論に達した。

3 泊魚市場有限責任事業組合の実際

設立した泊魚市場有限責任事業組合(以下「泊魚市場LLP」)は、セリの実施とそれに伴う事務や代金決済、回収等の業務を行う。このために、瀬物課、太物課、業務課の3課態勢でスタートした。

泊魚市場LLPへの出資は、総額200万円、



泊魚市場LLPの事務所入口

うち地区漁協60万円、漁連140万円とした。この出資比率が、泊魚市場LLPの分担関係の基準になっている。例えば剰余金があれば、3:7の関係で配分する。

決済方法は、漁連の決済方法に準拠することで合意を得た。地区漁協で一部弾力対応を行っていたが、特に反対はなかった。ただし仲買人の差入保証金については、統合後、基準の見直しを行っている。

仮に、泊魚市場LLPが債務を負った場合、地区漁協、漁連はそれぞれ出資の範囲での有限責任である。泊魚市場LLPは、セリの運営と仲買人からの回収、生産者への支払いに限定した共同事業であり、出資の範囲で経営責任を負うもので、一般の共同事業に比べ、リスクは少ない。

4 泊魚市場LLPにおける業務の改善と影響 (1) 運営面の改善

従来、部外者立入が恒常化していたが、部外者立入規制の導入により、その是正につながった。これまで部外者立入に規制がなかったため、セリ前に値段が決まり、仲買人は指定されたものを指定された価格で買うという形になっていた。

統合前は、4箇所でセリを行っていたが、太物、瀬物の2箇所に集約化された。運営面でも、派遣、パートを活用しており、以前より7~8名分の人件費削減につながっている。

これまで運営面で、必ずしも明確でない部分もあったが透明化された。全量セリ取引を基本として、市場の信頼性向上や経営安定化にも寄与している。

泊魚市場はまぐろの市場という性格が強い。セリも早く、築地や名古屋、大阪などへの出荷を中心に行う買受人も多い。また市場での取引相場を市況情報として公開している。市場の取扱量も伸びており、市場活性化につながっている。

(2) 市場関係者への影響

漁業者にとっては、統合前と大きな違いは

ない。泊魚市場は地区漁協や近海鮪漁協所属の鮪船や員外船の直接水揚げのウェイトも高い。このほか県内の各地から、漁協の業務委託で入荷するものもある。

仲買人は部外者立入規制もあって、経営力もついてきている。泊魚市場LLPによる運営規則では、一定の金額に満たない買受実績では資格制限を行うようにしており、一定の規模を有する上位6社で4割を占めるようになっている。

地区漁協と漁連の取扱高や配分関係については、共同事業として実施しているので、大きな変化はない。支払システムは漁連のシステムに統合した。

5 産地市場再編への展望

漁協のセリ場の運営には、ある程度水揚げの多い時期を前提とした事業態勢をとらなくてはならない。このため人手のほかに、施設の保守や修繕、経費負担等の課題もある。このため効率化の必要性は高いが、市場統合という形態では、なかなか進展しなかった。こうしたなかで、LLP方式は市場統合の手段として現実性を有している。

漁協の水産物の販売は、委託業者を介して他市場に出荷する形態が多くなっている。泊魚市場や名護市場は、^{とうしょ}島嶼部の漁協の受け皿としても代表的な市場である。こうした市場には漁協名義で出荷され、販売代金は市場から漁協に支払われ、組合員口座に入金される。出荷形態も変化してきているため、市場再編の素地が形成されつつあるともいえる。

沖縄県は、1県1漁協を目指して組織強化を進めているが、他県と比べ島嶼部が多く合併効果が期待しにくい面があった。このため販売事業の効率化については、市場再編も模索されてきた。泊魚市場の統合は一つのモデルケースであるが、さらに他市場を含めた産地市場再編を展望している。その意味でも、泊魚市場LLPの成果と展開は注目されることである。(このす だし)

農林金融 2010年 4 月号

家計のメイン化戦略の現状と課題

(渡部喜智・田口さつき)

わが国は少子・高齢化の進行に加え、人口減少の時代へ入っている。このようななか、金融機関は個人顧客層の取り込みをはかる「家計のメイン化」を強化している。これに当たり、金融機関は、ストック(金融資産残高)、フロー(入金)、フロー(出金・決済)、貸出の4取引を指標に、顧客との関係をとらえている。そして、顧客のライフステージごとにニーズの高い金融サービスの情報提供・勧誘を行い、～の各取引を増やしている。本稿では、その具体的な取組みを顧客とのコンタクト方法、利便性、コンサルティング、ポイント制という4点から整理した。また、地域金融機関での家計メイン化のための施策をマーケティング(市場戦略)という観点で考察した。

大規模農業経営体の経営と金融ニーズ

(長谷川晃生)

本稿では、大規模農業経営体への聞き取り調査結果を踏まえ、農業経営者が自ら農業生産に従事しているか否かを基準に「家族中心の経営体」と「雇用型経営体」とに分類し、資金需要と金融機関に対するニーズについて明らかにしている。

家族中心の経営体は、農業生産中心の経営を行っている。後継者の就農や親からの経営移譲が経営展開の契機となることが多く、経営規模拡大や新たな事業分野への展開の際の資金需要への対応が経営課題であると考えている。雇用型経営体は農業生産以外に農産物加工、直売所、飲食業等に取り組んでいる。金融機関との取引にあたっては、資金調達先であるとともに、販売開拓や様々な情報収集先の一つとして位置づけ、金融機関の選択の際に重視している。

農林金融 2010年 5 月号

農地の有効利用と農協の役割

(内田多喜生)

農地の有効利用に関して、農協は、当初は個別経営の組織化により、1990年代以降は農地保有合理化事業を通じ、21世紀に入ると農地の受け皿組織の設立・支援等により取り組んでいる。

実際に事例をみると、農地保有合理化法人として農地の利用集積の仲介を担うケースや、利用集積の仲介に加え受け皿としての農協出資農業生産法人を組み合わせるケース、さらに、農協が農地の利用集積を行う法人の育成・支援に取り組むケースなど、様々な取組みがみられた。

農地の有効利用に農協が果たす役割は大きく、また、農協と生産者との関係を維持していく上でも重要な取組みである。世代交代等により農地の所有構造は大きな変化が予想され、農協は多様な手段を組み合わせる必要がある。

農協農業貸出伸長の今日的意義と課題

(蔦谷栄一)

農林中金の有価証券評価損の発生とあわせて、農協、農林中金の農業貸出比率が低いところに、最近の農協批判の矛先が向けられている。

農業、地域に資金還元していくことは、本来業務であると同時に、農林中金への資金集中と海外運用圧力を若干なりとも緩和することにもなる。

JAバンク中期戦略や農林中金の経営安定化計画では農業金融サービス強化が最重点に位置づけられ、JAバンク、関連会社等も総動員して、多様な資金需要へのメニューは揃えられている。

農業貸出伸長につなげていくためには、農家経営管理支援システムの確立、農業金融センターの充実、経営トップの見識とリーダーシップの発揮等の条件整備が急がれるが、併行して農協のあり方についての抜本的議論が欠かせない。

その他の研究成果

農林金融 2010年 4 月号

(情勢)

- ・ 日本食農連携機構の紹介
(常務取締役 鈴木利徳)

はじめに

- 1 設立の経緯
- 2 活動内容
 - (1) 会費事業
 - (2) 受託事業

おわりに

農林金融 2010年 5 月号

(外国事情)

- ・ 大旱魃下におけるオーストラリア米生産の縮小要因
(主任研究員 平澤明彦)

- 1 旱魃と米の需給
- 2 マランビジー川にみる米生産縮小の
具体的要因
 - (1) 豪州における灌漑と米産地
 - (2) 灌漑水の割当減少
 - (3) 値上がりした水を売却
- 3 水不足への対応
 - (1) 小麦・大麦等の作付
 - (2) 水の節約
 - (3) 米産業の対応
- 4 今後の展望

(情勢)

- ・ 生物多様性の保全で求められる民間参画
(研究員 寺林暁良)

はじめに

- 1 生物多様性と生物多様性条約
 - (1) 生物多様性条約とその目的
 - (2) COP10の議題
- 2 多元的で複雑な生物多様性の保全
- 3 生物多様性保全の民間レベルの取組み
 - (1) 国内の企業の取組み
 - (2) 農協・信金の取組み
 - (3) 各取組みの効果のまとめ

おわりに

金融市場

2010年 4 月号

情勢判断

- 1 追加緩和策が講じられたが、早期のデフレ
脱却は困難
～政策効果で景気の持ち直し継続中～
- 2 米の景気回復期待とFRBの政策姿勢

経済見通し

2009～11年度改訂経済見通し
(2次QE後の改訂)

今月の焦点

- 1 涉外改革で地域密着を深化する
須賀川信用金庫
- 2 最近の企業設備投資と設備年齢
- 3 金融危機後の欧州国債市場

連載

- 1 内部統制のいま <第12回>
- 2 経済統計の基礎知識 <第12回>

2010年 5 月号

情勢判断

- 1 裾野が徐々に広がりを見せ始めた国内景気
～デフレ脱却が見通せるまで
追加金融緩和観測が続く～
- 2 FRBは低金利政策維持を改めて表明

今月の焦点

- 1 住宅ローン返済と金融資産形成
- 2 米国連邦預金保険公社の預金保険基金の動向
- 3 欧州のソブリンCDSと金融規制をめぐる動向

連載

- 1 中国経済・金融を読む <第1回>
- 2 経済統計の基礎知識 <第13回>

日本の農業の可能性とマーケティング

(株)麦わら農場 代表取締役 青木理紗

私と農業の出会いはい前勤務していた外資系コンサルティング会社で関わった農業の新規事業プロジェクトである。そこで調査して分った日本の農業の現状～農地法の制限、収益性の悪化、人材の不足、産業としての衰退を始めて知り、今後の日本の食糧事情への問題意識が現在私が農場を始めている原点になっている。

私の農場は千葉県香取郡多古町にあり、私が元々農家でないことから生産するにあたって地元の農家の方々に多大なご助力をいただいております、その関係を通じて様々なお話をさせていただいております。その中で農業におけるマーケティングという一つの重要な課題について今回取り上げたいと思う。

コンサルティングにおいてマーケティングを語るとき、一般的には「4P」～「Product(商品)」、「Place(売り場)」、「Price(価格)」、「Promotion(広告宣伝)」の4つの要素に分けて議論を行う。日本の製造業において「プロダクトアウト」いい商品を作れば売れるという考え方から、「マーケットイン」売れる商品を作るという考え方へ大きくシフトし流行したのはもう15年程前の話だろうか。農業の現場にいて感じるのは、農業は完全なるプロダクトアウトの世界であり、そこに農家としての誇りがあるという事実である。

「いい商品」とは何か。

前年度当農場は試験的な小規模の生産と東京の店舗における直売を行った。当農場は東京出身の非農家で構成されているため、規格

に対する知識がなく、純粋に消費者視点で売れるものを出荷していた。今思えば一般的な出荷の基準、規格から著しく逸脱しており、技術力のなさから本来では売ってはいけないものも混じっていたかもしれない。その際に近所の農家から「おまえは農家じゃない」と言われた。その言葉の中にはいいものを届けるという農家としてのプライドと、いいものとは何かという意識の不在、2つが含まれている。「不良」農家の商品が消費者に直接売られているという残念な事実の中に生産と販売の乖離を感じる。

昨年は米の生産を行った。収穫後「食味計」というものを知った。食味計にかけ、いくつかの食味の要素によって構成されるレーダーチャートの面積が広い方が良いお米と判断する。良いお米ランクで上位に入ることが農家の誇りだ。ただ、販売も含めて考えると、食味計はマーケティングの要素のうちの「Promotion(広告宣伝)」である。自社で生産した商品が良いことのデータの裏づけである。自社の商品を販売したければその商品に合わせた食味計を作るべきである。

生産に対する誇りと販売と生産の現場の乖離は農業の収益性を圧迫している問題である。しかし一方で農家がいかに生産に誇りを持っているかの象徴であり、日本の農業の特徴である。その揺るがない誇りこそが日本の農業の可能性であり、今後どう加工・販売につなげていけるかが農業振興の鍵になると感じている。

(あおき りさ)

農中総研 調査と情報 | 2010年5月号(第18号)

編集・発行 **農林中金総合研究所**

〒101-0047 東京都千代田区内神田 1-1-12

Tel.03-3233-7775 Fax.03-3233-7795

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

E-mail:yasuda@nochuri.co.jp