

農中総研 調査と情報

2016.3 (第53号)

■ レポート ■

● 農林水産業 ●

- 遊休農地に対する固定資産税の課税強化に向けた動き
—「平成 28 年度税制改正の大綱」の内容から— 石田一喜 2
- 道の駅「むなかた」の鮮魚販売
—超鮮度を追及— 田口きつき 4
- 林業の不振と山村の国土保全機能の衰退 秋山孝臣 6

● 農漁協・森組 ●

- 生産事業を行う肉用鶏専門農協 若林剛志 8
- 直売所を通じた地域振興
—ファーマーズマーケット「おうみんち」の取組み— 山田祐樹久 10

● 経済・金融 ●

- 効かない金融政策
—ユーロ圏の場合— 山口勝義 12
- マイナス金利導入と家計の預金 佐藤彩生 14

■ 寄稿 ■

- 固定価格買取制度と地域づくり
久留米大学 経済学部 講師 藤谷 岳 16

■ 現地ルポルタージュ ■

- 道の駅で地方創生
—鳥取県「きなんせ岩美」— 木村俊文 18
- 地域復興の拠点を目指して
—JA いわて花巻「母ちゃんハウスだあすこ 沿岸店」オープン— 小針美和 20

■ 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 22

■ あぜみち ■

- 地域を越えた共同生産・流通体制
—NPO 法人がんばろう福島、農業者等の会—
特定非営利活動法人 がんばろう福島、農業者等の会 理事長
農業生産法人 株式会社 二本松農園 代表取締役 齊藤 登 24

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。

遊休農地に対する固定資産税の課税強化に向けた動き

— 「平成28年度税制改正の大綱」の内容から —

研究員 石田一喜

1 機構の活用拡大を目的とする課税強化

2015年12月に閣議決定された「平成28年度税制改正の大綱」（以下「税制改正大綱」）には、遊休農地に対する固定資産税の課税強化が明記されている。この改正は、農地中間管理機構（以下「機構」）の活用拡大を目的としている。以下、こうした改正が検討された経緯と内容を整理したい。

2 改正案の検討経緯

農林水産省は、機構設立前の13年頃から、農地の出し手向けの施策をメリット、デメリット両面から検討していた。このうち、農地集積協力金などの出し手にとってのメリットについては機構設立と同時に実施されている。一方、不作付地に対する負担増などのデメリット措置は、具体的な内容に合意が得られなかったことから、実施が見送られてきた。

しかし、機構の初年度実績が当初目標の19%にとどまったことで、農地の出し手の不足がさらに問題視され、課税強化の具体化が再検討された。

農林水産省作成による当初案は「耕作放棄地」を対象としていたが、15年5月27日の規制改革会議農業ワーキング・グループと産業競争力会議を経て、「遊休農地等」に対象が変更された後、「『日本再興戦略』改訂2015」（15年6月）に「遊休農地等に係る課税の強化・軽減等についても検討し、農地集積・集約化に全力を挙げる」として盛り込まれている。そ

の時点では公表されていなかった課税方法は、税制改正大綱に示されており、国会を通過すれば、17年度から施行予定である。

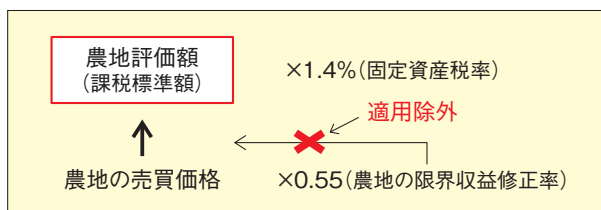
3 実質的な税負担は現状の1.8倍に

税制改正大綱によれば、対象となる農地は「農業委員会による農地中間管理機構の農地中間管理権の取得に関する協議の勧告を受けた遊休農地」とされている。

すなわち、①農業委員会による利用状況調査②利用状況に応じた所有者への利用意向調査③意向調査に基づく指導勧告といった3段階のステップを経た後でも、生産再開ないし貸出対応がみられない農地が課税強化の対象となる。また、機構の活用拡大が前提になっているため、機構が対象とする農業振興地域内の農地に限られる。

現状の固定資産税額は、農地の売買価格に農地売買の特殊性を考慮して設定された補正率0.55（「農地の限界収益修正率」と呼ばれている）をかけ合わせた農地評価額（課税標準額）に対して、1.4%の固定資産税率をかけて計算されている（第1図）。

第1図 税制改正大綱における課税額の計算方法



資料 財務省「平成28年度税制改正の大綱」
 (注) 修正率の適用除外は、協議勧告を受けた遊休農地を対象。

一方、今回の改正では、農地の課税標準額が低いことを「優遇税制の一つ」^(注1)とみなす考え方に基づき、「農地の限界収益修正率」の適用を除外し、「課税標準額＝農地の売買価格」で課税額を計算することになる。この結果、農地の固定資産税負担額は現状の1.8(≒ 1/0.55)倍に増加する。

固定資産税は財産や資産の所有によって見込まれる担税力に応じて設定されるべきであり、農地の場合は純収益が一つの基準とされている。農地の売買価格が純収益に見合っていた1950年代までは、農地の売買価格を課税標準額とする方法で実質的に純収益に見合った課税額となっていた。しかし、純収益のトレンドと乖離^{かいり}して売買価格が高騰したため、純収益と乖離して課税されるケースが増え、その対策として修正率による調整が導入されたのである。^(注2)

そのため、修正率の水準自体は農業への優遇を目的に設定された値ではない。しかし、この点は説明されず、課税強化の方針が出されている。

4 対象面積と影響額

市町村および農業委員会による14年度の現地調査によれば、全国に13万ha存在している遊休農地のうち、6割にあたる7.5万haが課税

(注1) 規制改革会議 農業ワーキング・グループ(第24回)・産業競争力会議 実行実現点検会合(第23回)合同会合時における本間委員の発言。

(注2) 以上の経緯は、第46回国会衆議院地方行政委員会議録第七号(1964)に詳しい。

(注3) 農用区域とは、農業振興地域整備計画のなかで、おおむね10年を見通して農用地等として利用すべきとされた農地として設定された区域を指す。

(注4) 日本経済新聞(15年7月30日朝刊)における大泉一貫氏のコメント。

第1表 遊休農地面積と予想される負担増加額

(単位 ha、%、円/10a)

	遊休農地面積(14年)			予想される負担増加額 (一般農地・田)
		うち 農用区域に 存在する面積	うち 利用意向調査 実施面積	
全国	130,090	74,581(57.3)	37,777(29.0)	1,124
北海道	1,898	1,462(77.0)	1,745(91.9)	409
東北	22,827	14,914(65.3)	6,604(28.9)	1,033
関東	31,840	15,979(50.2)	3,897(12.2)	1,239
東山	10,482	6,264(59.8)	3,857(36.8)	1,240
北陸	2,266	1,481(65.4)	1,456(64.3)	1,273
東海	7,010	3,372(48.1)	3,241(46.2)	1,275
近畿	4,718	3,146(66.7)	1,733(36.7)	1,380
中国	13,447	7,066(52.5)	2,709(20.1)	1,194
四国	7,481	4,551(60.8)	1,841(24.6)	1,221
九州	26,401	14,900(56.4)	9,822(37.2)	1,273
沖縄	1,726	1,444(83.7)	871(50.5)	434

資料 農林水産省「平成26年の荒廃農地の面積について」

(注) 1 表中の遊休農地は「再生利用が可能な荒廃農地」。

2 ()内は遊休農地面積に対する面積の割合。

3 予想される負担増加額は、一般農地・田を対象とした総研試算額。総務省「平成26年度 固定資産の価格等の概要調査」のデータを用いて、第1図に沿った計算を実施した。

強化の対象となる農用区域^(注3)に存在している(第1表)。さらに、条件の一つである利用意向調査の実施面積は、全体の3割程度の3.8万haにとどまっており、課税対象となる農地は最大でも3.8万haである。

今回の改正によって固定資産税の負担額は1.8倍となるが、一般農地(田)で予想される負担増加額は10aあたり千円程度である。そのため、「耕作放棄が無償ではないというメッセージになるが、即効性はない」という評価をはじめ、機構の活用拡大には結びつかないとする意見も多い。^(注4)

実際のところ、遊休農地は中山間地など条件不利地域に多く存在している。そういった地域では、農地の出し手の不足より受け手の不足が機構の活用が進まない理由にあげられるはずである。新たな担い手の創出・育成を含め、農地の受け手の不足が解決されない限り、機構活用拡大に対して出し手に向けた施策だけでは限界があるといえよう。

(いしだ かずき)

道の駅「むなかた」の鮮魚販売

——超鮮度を追求——

主任研究員 田口さつき

1 活気ある水産物コーナー

道の駅「むなかた」は、建物は福岡県宗像市が設置し、運営は地元の5団体^(注1)が出資する「株式会社道の駅むなかた」(以下「運営会社」)が行う公設民営の施設だ。2008年に開設して以来、宗像産の農水産物を扱う物産直売所が好評で、15年9月にはオープンからの累計来場者数1,200万人を達成し、売上げも右肩上がりである。

特に注目されるのが、売り場面積の3分の1を占める水産物コーナーの活気である。消費者の魚離れといわれているなかで、水産物の売上げは全体の4割近くある。

2 鮮魚販売の方向性

運営会社は、07年に老舗地場スーパーのバイヤー出身の山崎宏幸氏(現館長)を公募で獲得した。オープン前に館長が中心となって物産直売所の方向性を考えるなか、宗像市には県内第2位の水揚げを持つ漁港があることに着目し、「鮮魚が買える道の駅」の構想が進んだ。そして、①スーパーのような買い物のしやすいレイアウト②いわゆる「鮮度がいい」

の上をいく超鮮度③直売所の持つ豊富な種類をコンセプトとして固めた。

水産物コーナーにおいて、物産直売所内のレイアウトは平台に鮮魚を並べるスタイルをとっている。台の間隔が広いので来場者がゆっくり鮮魚を見ることができる。また、商品の説明書きも充実しており、活け締めなど鮮度保持の工夫をポップなどでわかりやすく紹介している。

鮮魚は、超鮮度のものを置くよう、出荷者である漁業者に伝えている^(注2)。また、入荷時にスタッフが鮮魚についてチェックし、問題があれば、その場で撤去している。さらにスタッフが頻繁に鮮魚の状態を見てまわっている。例えば、イカはとって締めたばかりのものを刺身用としている。小売店では十分刺身として通用するが、締めて時間がたったイカには刺身用と表示するシールはつけない。

魚種の確保については、できるだけ多くの漁業者に出品を呼び掛け、現在137人の漁業者が出荷者となっている。なお、傷ものであつ



道の駅むなかたの水産物コーナー



鮮度保持の方法を示すポップ

ても、消費者にきちんと説明すれば、物産直売所に置くことができる。

3 来場者への情報発信

消費者が鮮魚を購入しない理由として、調理の手間や家庭ゴミの問題がある。これに対し、加工室を設け、加工サービスを提供している。

また、生臭さをやわらげる方法など豆知識を加工室の前に表示し、調理への関心を高めるようにしている。漁業者からも旬や料理法などの詳細な情報をスタッフが聞き取り、口頭や道の駅発行の季刊誌で来場者に水産物の魅力を伝えている。

4 熱心な人材育成

水産物コーナーの高い品質を支えているのは、出荷者である漁業者とスタッフである。運営会社は、人材育成に積極的に取り組んでいる。

まず、漁業者に対して、いろいろな要望を出している。例えば、館長がフグの調理師免許をとるよう漁業者に勧めた結果、免許取得者は、数人から18人に増加。これに伴い、フグの身欠きの出荷が増え、並べて2時間で完売するほどの人気商品となっている。また、昼からの補充も奨励しており、補充の際に消費者と会話し、ニーズをつかむようにと助言している。このような来場者と出荷者のコミュニケーションも品揃えの充実につながっている。

(注1)16年現在の「株式会社道の駅むなかた」の出資団体は、宗像農業協同組合、宗像漁業協同組合、宗像市商工会、宗像観光協会、宗像市役所の5団体。市は13年5月より出資に参加。出資比率は均等。

(注2)出荷者が支払う販売手数料は売上高の12%。冷蔵庫を使う場合は14%。近隣の福津市の出荷者にはさらに2%上乗せ。



加工室前に張られた各種サービスの説明

水産物コーナーには、加工室に5人、ホールに3人のスタッフが配置されている。加工室の担当者は料理人、スーパーの鮮魚担当などのキャリアを持つ人々で構成され、確かな技術を持っている。

運営会社は、生産者と同じ経験をすれば、思いが消費者に伝えられると考え、スタッフに生産現場に行くことを勧めている。水産物コーナーのスタッフは全員が漁業者とともに漁船に乗った経験がある。

水産物コーナーのパートとして採用されていた女性スタッフは、仕事への熱意があり、水産知識の習得に励んでいた。運営会社は、そのスタッフの要望で、水産関連の事典を購入。いまでは、漁業者が珍しい魚がとれると、そのスタッフに魚の名前を尋ねるほど信頼されるようになった。このような仕事への情熱と専門性から、彼女は正職員に引き上げられた。

運営会社は地域産業の活性化を図ることを目的として、利益の一部を積み立てている。このなかから生産者や農漁協職員の先進地域の視察・研修のための費用も助成している。地域の人を育て、産業を発展させるという理念が道の駅「むなかた」の躍進につながっている。

(たぐち さつき)

林業の不振と山村の国土保全機能の衰退

専任研究員 秋山孝臣

1 林家に収入をもたらさない林業の不振

(1) 木材価格の低迷と生産機能の衰退

a 木材生産の産出額はピーク時の2割

林業産出額は、1980年の1兆2,000億円をピークに長期的に減少傾向で推移しているが、2013年は前年比10%増の4,322億円となっている。このうち栽培きのご類、薪炭などを除いた木材生産の産出額は80年の1兆円から近年は2,000億円程度まで減少している。

b 国産材の生産量は近年増加傾向

国産材の生産量は、71年以降長期的に減少傾向にあったが、02年の1,509万 m^3 を底に増加傾向に転じ13年は1,965万 m^3 となっている。

c 素材価格は長期的に下落傾向

素材価格は80年のスギ39,600円/ m^3 、ヒノキ76,400円/ m^3 、カラマツ19,100円/ m^3 をピークに下落し、近年はスギ12,000円/ m^3 、ヒノキ20,000円/ m^3 、カラマツ11,000円/ m^3 前後で推移している。

d 山元立木価格はピーク時の1～2割

山元立木価格は、林地に立っている立木の価格で、市場での丸太売渡価格(素材価格)から、伐採や運搬などにかかる経費(素材生産費など)を控除することにより算出され、森林所有者の収入に相当する。14年3月末の山元立木価格はスギが2,968円/ m^3 、ヒノキが7,507円/ m^3 、マツが3,706円/ m^3 となっており、ピーク

時の80年の価格と比べると、スギは13%、ヒノキは17%、マツは22%と大幅に下落している。これは、森林所有者の立木伐採時の収入が大幅に減少し、林業経営が極端に低収益となっていることを表している。

(2) 林家における林業経営意欲の顕著な減退

a 販売収入の低迷に対し育林経費は高い

スギ人工林においては、伐採可能な林齢である50年生までの造林および保育にかかる経費は、08年度には231万円/haとなっている。それに反して50年生で主伐を行った場合の木材販売収入は12年の丸太価格に基づいて計算すると131万円/ha(林野庁企画課調べ)にしかない。

このため、植栽から保育、伐採までの長期的にわたる林業経営を行うには、公的な支援が必要な状況であり、また、育林経費の低コスト化、木材の販売収入の拡大などが重要な課題となっている。

b 林業所得は少なく林家の大半は林業以外で生計

13年度の所有山林20ha以上の中規模ないし大規模森林所有者で、家族経営により一定以上の施業を行っている林家でも、林業所得はわずか11万円(林野庁調査)であった。このように林業の採算性は極めて悪く、主伐、再造林による循環的林業経営はほとんど行われていない。

c 小規模林家の林業経営意欲は減退

所有山林1ha以上20ha未満の小規模林家の5%が「林業経営をやめたい」、77%が「山林は保有するが、林業経営を行うつもりはない」と回答しており、林業経営の後継者等への継承などの意向を聞いたところ、56%が「継がせる意向はない」または「まだ決めていない」と回答している。このように特に小規模な林家では、林業経営意欲は減退している(農林水産省(2010)「林業経営に関する意向調査」)。

(3) 長期の林業不振と林業労働力の激減

林業労働力の動向を、現場業務に従事する者である林業従事者の数でみると、80年には14万6,321人いたが、05年には5万2,173人、10年には5万1,200人となり下げ止まりの傾向がうかがえるが、かなり減少している。

2 山村の国土保全機能の衰退

(1) 活力の低下が続く山村

山村は人が定住し、林業生産活動を通じて日常的な森林の整備・管理を行うことにより、国土の保全、水源の涵養などの森林の有する多面的機能の持続的な発揮に重要な役割を果たしている。

「山村振興法」に基づく「振興山村」は、14年4月現在、全国市町村数の4割強にあたる734市町村において指定されており、国土面積の5割、森林面積の6割を占めている。しかし、林業労働力の減少が表すように振興山村の人口は長期減少傾向を示し、全人口の3%、393万人に過ぎない。

(2) 資源管理や国土保全が困難になりつつある山村

11年に総務省および国土交通省が行った調査によると、消滅した集落の森林・林地の管理状況は、これらの集落の54%では元住民、他集落または行政機関が管理しているものの、残りの集落では放置されており、その割合も前回調査(07年)と比べ上昇している。

また、過疎地などの集落では、働き口の減少をはじめとして、耕作放棄地の増大、獣害や病虫害の発生、林業の担い手不足による森林の荒廃などの問題が発生しており、地域における資源管理や国土保全が次第に困難になりつつある。

3 早急に求められる山村の復活

以上のように、林業の衰退は、林業所得の激減による森林所有者の経営意欲の減退と荒廃林の増加、林業労働力や山村人口の減少を通して、多くの山村・集落の存続自体を危うくしており、そのことは、国土の背骨である山村環境の維持・管理を困難にするという重大な問題を提起している。

山元にお金が残る林業を復活させることにより、林家の林業経営意欲を高め、山村の衰退に歯止めをかけ、山村をもう一度元気にすることによりそれらの問題を打開していくことが早急に求められている。

(あきやま たかおみ)

生産事業を行う肉用鶏専門農協

主事研究員 若林剛志

一部の専門農協(子会社などを含む)は、自ら農業生産を行っている。以下では、養鶏のうちブロイラー(肉用鶏)を扱う組合を中心に生産への従事とその契機についてレポートする。

1 養鶏を含む専門農協の減少要因

2014年度農業協同組合等現在数統計によれば、信用事業を行う農協以外と定義される専門農協の数は1,740(うち出資組合は909)となっている。専門農協は総合農協と同様にその数を減らしてきたが、その要因は大きく異なる。農協の統計上の定義が変更された1995年度以降の農協数の減少要因を確認すると、合併が大半を占める総合農協に対し、専門農協では普通解散や解散命令による解散が多いという特徴がある(第1表)。そのなかでも養鶏専門農協の減少要因は、ほぼ解散に限られており、際立った特徴を有している。

2 肉用鶏農協の現状

肉用鶏を含む養鶏農協数は83であり、そのうち49組合が事業等の現状を報告している(13年度の前出統計および同年度専門農協統計表)。49組合のうち25組合が販売事業を実施しているが、更にそのなかで肉用の若鶏を販売している組合は5組合である。肉用鶏を飼養する者が専門農協を作り、自ら販売していこうとする取組みは少ないことがわかる。

5組合を合算した販売取扱高は176億円である(13年度専門農協統計表)。この販売取扱高とは定義が異なるものの、生産農業所得統計

第1表 専門農協の増減(原因別、1995～2014年度)

(単位 組合)

		総合農協	専門農協	うち出資組合	うち養鶏
増加	新設認可	14	33	32	4
	合併設立	365	19	19	-
	定款変更	32	78	78	3
	その他	3	-	-	-
	計	414	130	129	7
減少	普通解散	51	535	383	49
	総会の議決 組合員の減少 その他	3	197	80	11
		-	15	11	3
	吸収合併解散	421	80	64	-
	設立合併解散	1,859	107	106	-
	解散命令による解散	7	870	420	61
	定款変更	99	12	12	-
	その他	3	14	7	1
計	2,443	1,830	1,083	125	

資料 農林水産省「農業協同組合等現在数統計」

(注) 各年度の増減を単純集計したもの。

によれば、「鶏卵」を除いた「鶏」の総産出額は3,204億円(13年)であり、これらの数字から専門農協を通じた出荷の割合は低いことが推察できる。

3 生産事業の契機は飼養戸数の減少

肉用鶏の飼養戸数は、全国で2,380戸となっている(14年畜産統計)。最近の飼養戸数の推移は横ばい傾向にあるが、肉用鶏飼養では、飼養戸数の減少と1戸あたり飼養規模の拡大が進んできた。鶏肉処理加工施設を持つ事業者等は、契約農場の退出による施設稼働率の悪化を防ぎ、経営収支を維持するために処理羽数を安定化させることが必要である。やめる農場が出現しても、既存の契約農場が増羽

する、または、やめる農場を引き継げばよいが、そう都合よくはいかない。その時の選択肢は主として2つある。第1は全く新たな農場と契約すること、第2は自ら肉用鶏を飼養することである。

鶏肉処理加工施設を持つ組合からみると、第1の選択肢を採ることは困難である。概して肉用鶏飼養には多額の投資が必要であり、組合の地区内で新たに農場を開く農業者は少ないし、あるとしてもそれ以上の速度で退出する経営体が生じる。したがって、第2の選択肢が採用される可能性が高まる。

実際、筆者の知る肉用鶏飼養農家が作る専門農協のなかには、2000年代に子会社などを通じて肉用鶏飼養を行うようになった例が複数ある。いずれも肉用鶏を飼養している組合員戸数は30未満である。組織形態にかかわらず、生産に直接関与することは何ら不思議なことではないし、一般に総合農協でも農協出資の生産法人等が、農地の維持管理を行いながら、生産に関与する例がみられる。

肉用鶏の販売事業を行っている専門農協は、鶏肉処理加工施設を持っていることが多く、組合はその稼働率に配慮することが求められる。組合員数の減少による取扱羽数の減少が見込まれるならば、その対策として生産に従事することが選択肢となる。また、農協が生産事業を行えば、そこで雇用された者が新規に就農し、飼養戸数の拡大に向かうかもしれないという期待もある。

4 生産への直接関与と飼養リスク

生産に直接関与する場合の共通の問題は、事業者が負うリスクである。例えば一般企業でも、自社生産と農場契約等を組み合わせ、かつ農場を地理的に分散させながら事業を展

開している。それにより、例えば疾病の拡大や資材価格高騰による収支悪化へのリスクを分散してきた。

一方、処理および加工し、販売を行う農協の場合は、組合員が肉用鶏を育成し、農協に鶏を出荷することがほとんどで、生産にかかるリスクは組合員が負っていた。しかし、農協が生産に直接関与することとなれば、同時に自ら生産のリスクを負うこととなる。そして、農場経営者が経営をやめると、ただでさえ少ない組合員数が減り、かつ組合員の飼養規模が大きくなっていることから、組合に出荷される羽数は大きく減少する。そのため農協が農場を借り受けるなどして生産を維持する。そうすれば、農協による生産への比重が高まることとなる。したがって、農協にとっては、拡大する生産リスクへの対処が重要となる。

5 生産事業への道

冒頭でみたとおり、養鶏専門農協の減少要因はほぼ解散に限られ、専門農協全体の減少要因でも解散が多い。専門農協が取るべき道は、各組合の組合員が決めることであるが、組合員数が減少するなかで、将来へ向けて専門農協が安定的に事業展開することを目指すならば、これまで組合員が担っていた生産に、農協も直接関与し、その比重を高めていくことが選択肢のひとつとして想定される。

上述の事例は組合員数が減少し、組合員数が少ないなかで事業存続の道を選択した過程で生じている。生産事業により農協の経営基盤を維持することは、肉用鶏以外の専門農協でもありうるかもしれない。

(わかばやし たかし)

直売所を通じた地域振興

—ファーマーズマーケット「おうみんち」の取組み—

研究員 山田祐樹久

近年、地域農業の抱える課題は多様化しており、農業者の高齢化や離農が進むなかでの生産基盤の維持とともに、地域農業の魅力を外に向けて発信し、人を呼び込んでいくことも重要となっている。

このような状況のもと、滋賀県JAおうみ富士のファーマーズマーケット「おうみんち」(以下「おうみんち」)は多様な事業を展開し、地域農業および地域社会の活性化に大きく貢献している。以下では、農業体験と海外インバウンド対応の取組みを紹介し、直売所を通じた地域振興について示唆される点を述べる。

もちろん、直売所の基本的な機能である「農家の販売先」かつ「消費者の購入先」という点についても、大変充実している。土日には開店前に長蛇の列ができる人気の直売所であると同時に、出荷者農家の品質向上や環境配慮型農業の推進に取り組むなど、地域社会への貢献は多岐にわたる。

1 農業体験を通じた地域農業の活性化

農業に興味のある層は、都市・農村、老若男女問わず幅広く存在している。おうみんちの農業体験の特徴は、農業に関心を持つそれぞれの層に合わせて、多様なプランを提供していることである。例えば1日農業者体験を行う「青空フィットネスクラブ」は直売所に隣接した体験圃場等で開催され、県内外から多数の参加者がある。ほかにも、近隣地域のお年寄りや子育て世代、親子向けの農業体験なども実施している。

ここで特に注目したいのは、それらをきっかけに農業を実践してみたいと考える参加者をサポートする取組みである。

このような参加者には、体験圃場の近くにある「おうみんち農園」を提供している。農園は100の圃場に区画分けされており、それぞれの圃場に番号が振ってある。この圃場で、利用者は家庭菜園を楽しむことができる。農園の土壌改良等はおうみんちが行っており、定植から収穫までのプロセスをバックアップしている。農作業を通じ、農業を実践する楽しさを一層知ってもらうと同時に、販売農家になるための技術指導を受けることもできる。

このような農業体験は、1日単位のものから新規就農に至るまでのステップが体系化されている。多様なニーズに応じることができるとともに、地域内外から広く人気を得るとともに、管内の農業者育成にも貢献している。

2 国内外からの観光客の呼び込み

おうみんちは、単に滋賀県を訪れる観光客の買い物先にとどまらない。「地域の食」を丸ごと味わえる体験プランも用意されている。収穫作業を体験し、収穫した野菜を用いておかずを作り、自然のなかで自作のお弁当を食べるといったプランである。

収穫体験には工夫が凝らされている。おかず作りの原料となる野菜が、体験圃場のそれぞれの畝に1種類ずつ栽培されている。観光客はそれぞれの畝から、少しずつ野菜を収穫していく。すると、おかず作りに必要な野菜

が全てそろろう。それを調理して食べるので、収穫から食事までを一貫して体験することができる。このプランは食育に資すると同時に、おうみんち1か所に長時間滞在し、観光を楽しむことを可能にしている。ほかにも、特産品である「なばな」を使った染物体験を行うプラン等も提供されており、地域の文化に触れることもできる。

これらの魅力もあり、国外からも多くの視察団や観光客が訪れる。滋賀県という場所柄から、京都・大阪といった大観光地への観光客を、いかにして呼び込むかも鍵となる。そこで職員が自ら、教育旅行先を検討している海外の学校などに出向き、どのようなニーズがあるのかを徹底的に吸い上げ、それを盛り込んだ観光プランを作成している。(公社)びわこビクターズビューローとの連携や、地域の有名観光ホテルに体験プランを提供するなど、多様な主体とタイアップして観光客の呼び込みにも力を入れている。

ほかにも、おうみんちは近隣の観光地にケータリングを実施している。また、朝食等の食事をとることがおろそかになる世代に向けては、所有するキッチンカーにより、地域の食を提供している。さらに、近年増加するイスラム圏からの観光客のニーズに応じ、ハラール仕様のキッチンカーも構想している。ハラールフードは調理過程でキッチンを独立して設ける必要があるためである。ハラール仕様のキッチンカーは移動ハラールキッチンとして活躍するだろう。

3 取組みから得られる示唆

おうみんちの成功要因は、地域住民から見れば当たり前のものを、ニーズとリンクさせることで、魅力ある資源として活用していることではないだろうか。

少し視点を広げると、都市生活者にとって、自然豊かな土地に足を運び、農業体験や文化に触れることは、大変魅力的である。また、都市・農村問わず「農業をやってみたいけれど、自力では難しい」と考える非農家は数多く存在する。おうみんちは特産野菜や体験圃場を生かし、初歩的な農業体験から家庭菜園まで、多様な取組みを通じて、これらのニーズに対応している。

^(注)観光庁の調査によれば、海外から日本を訪れる観光客の最大の目的は「日本の食事」である。おうみんちでは収穫から食事まで、一貫して日本食を体験することができる。ほかにもケータリングサービスにより、近隣の観光地等に向けて地域の食を提供している。

このようなプランを旅行客に提供するに当たっては、地域の多様な主体と積極的に連携している。さらに職員自らが海外に足を運び、ニーズの吸い上げを行っており、海外からの観光客の呼び込みに力を入れている。

ここまで見てきたように、おうみんちは、地域の資源を生かした取組みを国内外に向けて実施し、管内地域の活性化に貢献している。直売所は、地域農業と内外の消費者とを結ぶ結節点でもある。農業への関心の向上や地域の魅力の発信において、直売所が重要な拠点となることを、おうみんちの取組みは示唆しているのではないだろうか。

(やまだ ゆきひさ)

(注)観光庁(2011)「博物館等の文化施設における外国人旅行者の受入に関する調査業務報告書」

効かない金融政策

—ユーロ圏の場合—

主席研究員 山口勝義

日本では消費者物価上昇率の低迷が長く続いている。日銀は、目標値である2%程度に達する時期を、2016年1月の『経済・物価情勢の展望』(展望レポート)では「17年度前半頃」とし、これまでの「16年度後半頃」から先送りした。

こうした厳しい状況は、ユーロ圏においても同様であり、中期的に「2%を下回るがこれに近い水準に維持する」とする欧州中央銀行(ECB)の政策目標を大幅に下回って推移している(第1図)。また、景気回復の足取りは依然として緩慢でもあり、こうした状況の下でECBはこのところ積極的な政策対応を行ってきた。しかしながら、その効果は限られたものにとどまっている。

折から、日本ではマイナス金利の導入を受け金融政策の有効性について注目が集まっているが、その考察のためにも、先行事例としてのユーロ圏の情勢に目を向けることには意味があると考えられる。

第1図 消費者物価上昇率(前年同月比)(ユーロ圏)



資料 Eurostat

1 ECBの金融緩和とその効果の限界

ECBは、伝統的な金融政策に加え、14年6月には銀行による中央銀行への預金金利を初めてマイナスとしたほか、銀行に対し低利で融資原資を供給する仕組み(TLTRO)を新設した。また同年9月には、貸出債権を担保とするカバードボンドなどの新たな買入れ策を決め、さらに15年3月には国債などを対象に加えた量的緩和策(QE)を開始している。その後、同年12月には、中央銀行への預金金利の引下げ、QEの期限延長や買入れ対象資産の拡充などの追加緩和を行った。

ユーロ圏では、これらの政策対応を受けて、このところ各国で銀行貸出金利が低下するとともに、各国間でその水準は収斂しつつある。また、銀行貸出残高の伸び率は、ユーロ圏全体としてようやく前年比プラス圏にまで回復してきている。

しかし、ユーロ圏では消費者物価上昇率には目立った改善は認められていない。また、年間の実質GDP成長率は1%台の半ばにとどまり、10%を上回る失業率などにも象徴されるように实体经济の回復に向けた足取りは依然として鈍い。このように、金利低下のみならず、通貨安、原油安などが加わった最近の追い風の割には、ユーロ圏の景気回復はあまりに緩慢であると言わざるを得ない。

2 投資の回復力の弱さと消費の頭打ち

では、なぜECBによる金融政策の効果はこのように限られているのだろうか。

ユーロ圏では、09年に始まった財政危機以

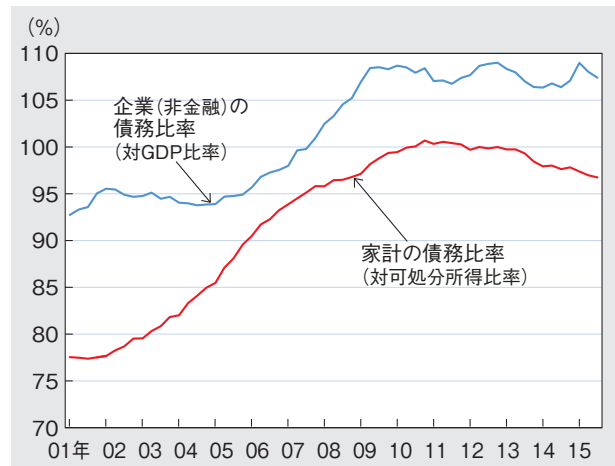
前の経済の過熱期に南欧諸国を中心に上昇した企業や家計の債務比率は、今もその改善の途上にある(第2図)。インフレによる実質的な債務負担の軽減効果が期待できない現在の環境の下では、バランスシートの改善は企業や家計にとり重要な優先課題となり、これらの経済主体の投資は抑制されがちである。こうしたなか、企業の労働生産性は全般に伸び悩みの状態にあり、収益性の改善は鈍い。この結果、賃金の伸び率は、失業率の高止まりなどに伴う労働者の交渉力の弱体化、経済のグローバル化を通じた競争激化による企業のコスト抑制指向などともあいまって、概して鈍いものにとどまっている。一方で、原油価格の下落による購買力の拡大とともに当初は伸長した家計の消費についても、最近ではその効果が一巡し、頭打ち傾向が明らかになりつつある。

このように、ユーロ圏では企業や家計の債務比率の高止まりを主な要因としてこれらの経済主体の投資や消費の回復が阻害されており、積極的な金融緩和にもかかわらず、金利低下や資金供給の効果の実体経済への浸透が妨げられている。加えて、最近では原油安の進行が、景気刺激効果以上にむしろ消費者物価上昇率の低迷をもたらすとともに、輸出や直接投資の相手国である資源国などの経済成長を減速させる要因として、ユーロ圏経済の重荷にもなっている。

3 今後も緩慢なものにとどまる景気回復

ユーロ圏では、財政危機以降、何よりも財政規律を重視するとともに、財政政策の効果は一時的なものに限られるとの判断も加わり、経済競争力を高めるための規制緩和などに注力しながら、足元の景気刺激策は金融政策に

第2図 企業(非金融)と家計の債務比率(ユーロ圏)



資料 ECB

大きく依存してきた。しかしながら、その効果は上記のとおり限られているばかりか、政策余地自体も徐々に狭まってきている。

例えばマイナスの預金金利は銀行のコストを高めるほかQEには市場規模の制約があることなどから、それらの拡大には限度がある。一方、金融緩和に伴いユーロ安が進んだとしても、新興国などの成長減速化や最近の世界貿易の鈍い伸びを考慮に入れば輸出によって取り込める外需には限りがある。また、通貨の競争的な切下げは回避するとの国際的な合意の下では、ユーロ安への誘導自体には自ずと限度がある。

このようにECBを取り巻く環境は厳しく、金融政策の効果が限られるなか、今後はさらに、その手詰まり感が表面化してくる可能性がある。こうした推移は、追加の金融緩和への期待感が根強い金融市場では波乱材料になるとともに、景況感の悪化をももたらし、ユーロ圏の景気回復の緩慢さを今後も長引かせることにつながるのではないかと考えられる。

(16年2月15日現在)

(やまぐち かつよし)

マイナス金利導入と家計の預金

研究員 佐藤彩生

1 マイナス金利導入に伴う定期預金金利の引下げ

日本銀行は、2016年2月16日から金融機関が保有する当座預金の一部に対して、0.1%のマイナス金利の適用を開始した。これを受けて、預金金利を決める際に参照される長期国債金利が急速に低下し、定期預金の金利を引き下げる金融機関が出ている。例えば、みずほ銀行では、16年2月9日から、預入期間と預入額に関係なく、定期預金の金利を一律0.025%とした。これにより、12年4月9日以降^(注1)0.026%だった1年定期預金の金利は0.001ポイント低下した。低下幅は小さいものの、低金利が続くなかで、金利の引下げは約4年振りである。以下では、過去の金利と家計の預金の動向を振り返ってみたい。

2 金利低下期には定期性から流動性へ資金シフト

06年から11年における1年定期預金(3百万円未満)の店頭表示金利の平均年率をみると、変動した期間は、①上昇期(06年3月16日～07年3月8日)、②ピーク期(07年3月15日～08年11月3日)、③低下期(08年11月10日～11年4月4日)の3期に分けられる(第1図)。この3期における、家計の定期性預金残高、流動性預金残高(以下「定期性」「流動性」)^(注2)の前年同月比増加率(以下「増加率」)の動きをみると第2図のとおりであった。

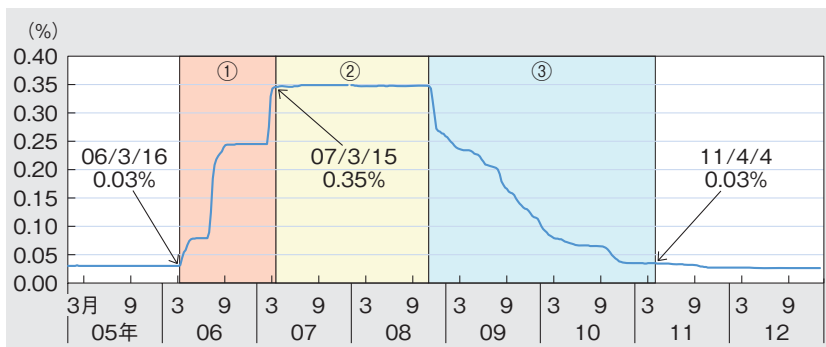
ピーク期には、定期性の増加率はマイナスからプラスに転じ、流動性のそれを上回るようになった。低下期には、金利の低下にやや遅れて、増加率が下がり始めた。他方、流動性の増加率は、いずれの期も定期性とほぼ対称的な動きをしていた。このことから、金利変動に連動して、定期性と流動性の間で資金シフトがあったことが示唆される。

なお、金利変動の前の時点で、定期性の増加率がマイナスであったのは、個人向け国債(変動10年)や投資信託、個人年金保険の保有額増加が影響したとみられる^(注3)。

低下期以降の持続的低金利環境下では、定期性の増加率は0%前後で推移し、流動性の増加率はそれを大きく上回り続けている。定期預金と普通預金の金利差が小さいことから、定期預金に積極的に預入せず、給振口座に普通預金として預けている人も多いのではないかと推測される。

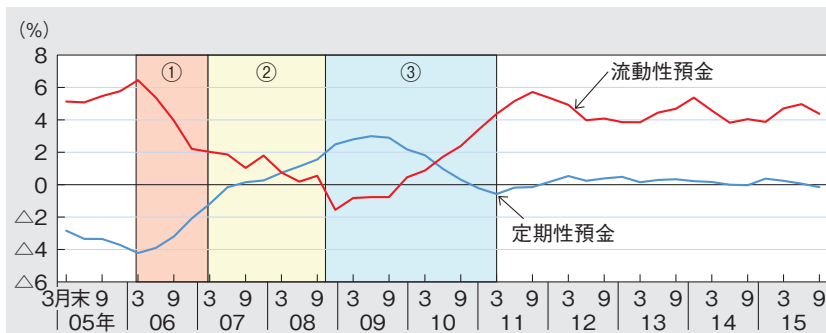
これら一連の動きを受けて、家計の預金残高^(注4)に占める定期性の割合は近年低下傾向にある。

第1図 1年定期預金(3百万円未満)の店頭表示金利の平均年率



資料 日本銀行「預金・貸出関連統計」
 (注) 1 ①上昇期(06年3月16日～07年3月8日)、②ピーク期(07年3月15日～08年11月3日)、③低下期(08年11月10日～11年4月4日)。
 2 日本銀行が集計方法を変更したため、07年9月20日以前と07年10月1日以降では、データが不連続となっている。

第2図 家計における流動性預金と定期性預金の増加率



資料 日本銀行「資金循環統計」

(注) 第1図注1に同じ。

る。その割合は、定期性の増加率が最も高かった09年6月末には61.6%であったが、直近の15年9月末には56.6%まで低下した。また、家計における預金残高の増加率は低金利環境が続くなかでもプラスで推移し、15年9月末には1.8%となった。

3 市場性金融商品の動向も預金に影響

一方で、低金利が長期化するなか、家計の流動性の増加率には、株式や投資信託など市場性金融商品との資金流出入の動きが大きな影響を与えるようになってきている。例えば、第2図において、13年後半に流動性の増加率が上昇しているのは、株価上昇により、個人の株式売却代金が流入した影響とみられる。その後、14年に入って流動性の増加率が低下したのは、14年1月からNISAが開始されたこともあり、株式や投資信託の購入額が増加したことによると考えられる。

家計の預金の増加率には市場性金融商品と

の資金流出入も影響しているが、その影響度合いは、業態によって違いがある。市場性金融商品の利用者が相対的に多いとみられる国内銀行では、時期により個人預金の増加率の変動幅が大きいが、信金やJAではそれほど大きくはない。^(注5)

国内銀行は、定期預金よりも、販売手数料を得られる投資信託等の残高を増やすことに重点を置いているケースが多いため、定期性は11年頃から継続して前年比減少しており、14年以降は1%前後の減少率となっている。一方、信金とJAでは定期性の増加が続いている。

4 引き続き流動性に資金は滞留

今回みたように、過去の金利低下局面では、定期性から流動性への資金シフトが発生したことが把握できたが、今回の金利低下幅は過去に比べると非常に小さい。低金利環境が長引くなかでも、家計の預金は増加していたが、その中心は流動性であり、今回定期預金金利の引下げを公表したメガバンク等国内銀行の定期性は減少が続いていた。したがって、今回のマイナス金利による金利引下げは、これまでの動きを加速させ、引き続き流動性に資金が滞留していくものとみられる。なお、金利低下により預金の魅力が一層薄れるため、家計の預金から市場性金融商品への資金の動きについても、今後みていく必要がある。

(注1) 1年定期預金(3百万円未満)の店頭表示金利の平均年利率。

(注2) ここでの定期性預金は日本銀行「資金循環統計」のデータであり、具体的には、定期預金、定期積金、据置貯金、郵便貯金(除く通常貯金)の合計。また、農協およびゆうちょ銀行の貯金についても預金と呼ぶ。

(注3) 小針・栗栖(2006)17~19頁を参照。

(注4) ここでは家計の定期性と流動性の合計。

(注5) 佐藤(2014)12~13頁を参照。

<参考文献>

- ・小針美和・栗栖祐子(2006)「2006年度の組合金融の展望」『農林金融』(第59巻第1号)1月号
- ・佐藤彩生(2014)「最近の個人預貯金の変動要因—市場性金融商品との資金シフトに注目して—」『農中総研調査と情報』(第44号)9月号

(さとう さき)

固定価格買取制度と地域づくり

久留米大学 経済学部 講師 藤谷 岳

1 はじめに

2012年7月1日にはじまった再生可能エネルギー固定価格買取制度(FIT)は開始から4年半を経過した。日本における再生可能エネルギーの導入促進策として一定の効果をもたらしているもの、実態としては、資本力のある企業などによるメガソーラーを中心とする発電施設が各地で虫食いの的に広がり、地域の景観や住民生活との間のトラブルなども顕在化するようになってきている。

その一方で、この制度を地域住民主体でうまく活用し、地域づくりにつなげていこうという動きも盛んになってきている。本稿では、筆者が最近訪問して話を伺ったいくつかの取り組みを紹介し、FITを活かした地域づくりの可能性と課題について若干の考察を行いたい。

2 地域住民による耕作放棄地活用型の太陽光発電事業(岡山県吉備中央町)

岡山県の中央に位置する吉備中央町の高富地区(旧高富小学校区)は、2015年7月現在、約200世帯、高齢化率は約57%の集落である。この地区では、2008年に、みんなで支え合う地域づくり協議会を立ち上げ、その取り組みの一環として、耕作放棄地を活用した約50kWの太陽光発電事業をはじめた(2015年7月に売電開始)。

試算では、年200万円ほどの売電収入となる見込みであり、返済や保険などを差し引いて年50万円(20年で1,000万円)を地域に残すことが目標とされている。その使い道としては、

地区内の草刈りなどの集落機能維持、交通弱者の買い物や通院の足として無償ボランティアで運転を担っている人への手当などに充てる方針である。なお、土地所有者の地域への思いから、借地料は、年に1万円のみとなっている。その代わりに、当該地の相続に関する費用は地域で負担した。このように、売電収益は、地域住民同士の支え合いの強化に寄与するものと考えられることができる。

3 市民共同発電による売電収益の地域還元(鳥取県鳥取市)

2013年6月に立ち上がった、とっとり市民共同発電所実行委員会(のちの市民エネルギーとっとり)は、擬似私募債で建設協力金を募り、NPO法人ハーモニカレッジが経営する空山ポニー牧場の厩舎屋根に、10.48kWの太陽光発電設備を設置した。

この事業の最大の特徴は、資金協力者に対して、お金ではなく、鳥取の産品等で返済するという仕組みである。米、野菜・果物、精肉、海産物、酒のほか、温泉などの施設利用券など、様々な選択肢から返済方法を選ぶことができる。このような工夫をすることにより、FITで得られた売電収入が地域で使われることになると同時に、地域の魅力の発信にもつながっている。

市民エネルギーとっとりでは、空山ポニー牧場を皮切りに、鳥取畜産農協の施設屋根や県有地などにも市民発電所を計画しており、それぞれに特色のある地域還元や参加の方法を取り入れる方針である。また、並行して、鳥

取地域エネルギー協議会(仮称)の設立準備も進めるなど、鳥取県内での地域主体の再生可能エネルギー導入促進に奮起している。

4 売電収益の地域還元からはじまる地域づくり(熊本県山都町)

山都町島木の水増(みずまさり)集落は、2015年末現在、10世帯18人、平均年齢は70歳を超える、小規模農家集落である。後継者不足、減反政策のあおりを受けた耕作放棄や、地域で先祖代々守ってきた山腹の共有地(元は牛の放牧地)の管理が大きな課題となっていた。

この共有地の活用方法として以前から候補に挙がっていた太陽光発電事業は、建設費の調達がネックとなっていたが、熊本県が遊休地と事業者のマッチング政策を開始したことから、集落としてこれに応募した。十数社の応募事業者のなかで唯一、売電収益による地域還元を明確に打ち出したテイクエナジーコーポレーション株式会社(熊本県菊陽町、以下、テイクエナジー社)を、集落の総意で選定することにした。

テイクエナジー社は、集落住民組織である水増ソーラーパーク管理組合とマーケティング包括協定を締結した上で、山腹の共有地3.4haに太陽光発電設備を設置して2014年より発電事業を開始した。同社は、借地料として年間約500万円を、さらに、売電収益の約5%にあたる約500万円を、この集落における新たな事業の経費として管理組合に還元している。具体的には、耕作放棄地での大豆(希少種である八天狗)、黒米、うるち米などの生産にかかる労務費、それら生産物の買い取り、家畜のヤギや地鶏の小屋の設置費用などである。生産物については、集落の女性らの手で様々な加工品が考え出されてきている。さらには、農

村カフェや宿泊施設の構想なども次々と生まれている。これらはいずれも、集落住民とテイクエナジー社がアイデアを出しあって、事業化に向けて動きは始めている。

同社が売電収益による地域還元を重視するのは、同社が、「国民負担を原資とするFITによる売電収益は、社会的価値を持つ事業に使われるべきである」という強い思いを持っているからである。FITはいつまでも続く制度ではない。したがって、住民は、いつまでも売電収益に頼るのではなく、これをきっかけに、新たな事業を立ち上げて軌道に乗せ、少しでも早く「自立」することを目指している。

5 おわりに

本稿で紹介した3つの事例は、規模も事業主体も仕組みも異なるが、FITという制度の存在が、地域づくりを進める大きなきっかけになっているという点では共通している。いずれも、売電収益を単純に「お金」として配分するのではなく、地域の課題解決、魅力発信、農業や観光などの新たな事業への再投資という、新たな社会的価値を生み出すことにつながっている。つまり、この制度は、うまく活用すれば、再生可能エネルギーの普及促進と同時に、地域づくり支援の、自由度の高い「補助金」としての役割も果たしうる。

太陽光発電を中心に、買取価格は年々下落し続けている。しかし、地域レベルで考えれば、太陽光発電等に活用しうる土地等はまだまだ残されているように思う。たとえば、「地域還元度」などの新たな指標を考慮に入れた買取価格の設定をすることで、FITがこれまで以上に「地域づくり補助金」としても活用しうる制度になっていくことを願いたい。

(ふじや たけし)

道の駅で地方創生

—鳥取県「きなんせ岩美」—

主任研究員 木村俊文

1 進化する「道の駅」

「道の駅」は、トイレ・休憩・情報提供施設と地域振興施設が一体となった道路施設として国土交通省により1991年から設置が始まった。もともとはドライバーが立ち寄る休憩施設として生まれたものだが、今では6次産業化の拠点や観光拠点として地方に広がり、登録数は全国で1,079か所(15年11月現在)にのぼる。近年の道の駅は、単なる通過地の休憩施設ではなく、それ自体が目的地化しつつあり、各地で独自の進化を遂げている。

また、道の駅は、「まち」の特産物や観光資源を生かして「ひと」を呼び込み、地域に「しごと」を生み出す中核的な存在となる可能性が高いため、地方創生の観点からも期待が高まっている。こうした期待のもと、15年7月にオープンした鳥取県岩美町の「きなんせ岩美」を紹介する。

2 運営会社には地元住民も出資

岩美町は、鳥取県の東北端に位置し、北は日本海に面するが、傾斜地や山林が多く、中山間集落を多く抱える町である。直近の人口は1万2,000人弱、高齢化率は30.1%。将来的にも人口減少と高齢化が進む見通しとなっている。

道の駅「きなんせ岩美」は、山陰海岸ジオパークの浦富海岸に近く、鳥取市からは車で20分ほどの国道9号沿いにある。5年ほど前から町内組織である「岩美道の駅誘致推進協議会」により検討が重ねられ、国がトイレ・休憩・情報提供施設を整備し、町が地元産品

の販売店舗など地域振興施設を整備することとなった。

道の駅を管理運営する株式会社いわみ道の駅は、協議会の中心メンバーである岩美町、JA鳥取いなば、岩美町商工会、鳥取県漁協、田後漁協、岩美町観光協会の6団体が出資して15年1月に設立された。これら団体のほかにも、道の駅への地元住民の参加意識を高めるため、無配当・無議決権などを条件に出資を公募したところ、この事業に賛同する町民25人(資本金全体に占める割合は13.5%)が応諾した。

3 地域活性化の拠点

名称の「きなんせ」とは、鳥取弁で「おいでください」の意味であり、「海、山の魅力がたくさん詰まった岩美町に多くの方に来て欲しい」との願いが込められている。施設の機能は、道路利用者の休憩の場であるだけでなく、地域活性化に取り組むための拠点として、以下のような考え方に基づいている。



地域振興施設として整備された道の駅「きなんせ岩美」

第一は、地元産品の販売を重視し、新たな販路にすることである。新鮮で安全・安心な魚や野菜などの地元産品を観光客はもちろん、地元住民も手軽に購入できる拠点とするほか、施設内にある軽食コーナーや海鮮レストランでも地元産品を使用した多彩なメニューを提供し、さらに、加工事業を促すことにより新しい地域ビジネスの展開(6次産業化)にもつなげようとしている。こうした取組みにより、道の駅全体では現時点で37人(うちパート29人)の雇用を創出するなど、地域活性化に貢献している。

第二は、観光振興のために地域情報の一元的な発信を行うことである。道路情報・交通案内に加え、海・山・温泉等の周辺観光施設や宿泊案内、町内イベント、移住・定住案内など、あらゆる情報を発信することで観光客の地域内での滞在時間を拡大するよう努めている。

第三は、地域防災拠点としての機能を確保するとともに、地域福祉の向上にも寄与することである。災害時には緊急避難所や物資輸送拠点、行政のバックアップ等を行うために、非常用電源や太陽光発電蓄電装置などを整備している。また、交通・買い物弱者への対応として、町営バスの停留所を設置し、中山間集落住民の当施設へのアクセス手段も確保している。

4 新鮮な地元産品が好評

15年7月の開業以来、道の駅には1日平均3,000人近くの来客がある。新鮮な地場野菜や早朝に町内の漁港で水揚げされた魚介類などが好評で、土日や連休には大勢の買い物客で賑わっている。観光客が全体の6割を占め、兵庫県や岡山県など近県からの来客も多い。

レジ通過者はオープンから9か月目の3月



新鮮な魚介類が並び「水産物直売所」では徐々に固定客も増えつつある

中旬には20万人を突破する見込み。開業初年度は9か月弱となるが、24時間営業のコンビニエンスストアや地元JA支店、ガソリンスタンドなどが立地している相乗効果もあり、道の駅全体での売上げは4億円強となる見通しである。7～10月に売上げの3割を占めたのはJA農産物直売所での野菜や加工品など農産物部門だったが、11月初旬の松葉ガニ漁解禁以降はカニが客を呼び寄せている。

一方、意外にも水産物を中心に地方発送の手続きを取る客が多いほか、定期的に目当ての生魚や干物を求めて来店する大型トラックドライバーなども見受けられ、徐々に固定客も増えつつある。

駅長の岡田康男氏(元岩美町役場職員)は、課題の一つとして、「農産物では野菜の品揃えを充実させ、惣菜など加工品開発を進めること」「水産物では岩美町の『松葉ガニ水揚げ量日本一』の強みを生かし、良質品の安定仕入れを実現させること」を挙げ、直売所の充実を図る考えである。「きなんせ岩美」は、鳥取県による中山間集落の暮らしを支える「小さな拠点づくり」に向けたモデル地区の一つにもなっており、交通・買い物弱者への支援拡充や6次産業化の推進など、今後の展開に期待したい。

(きむら としぶみ)

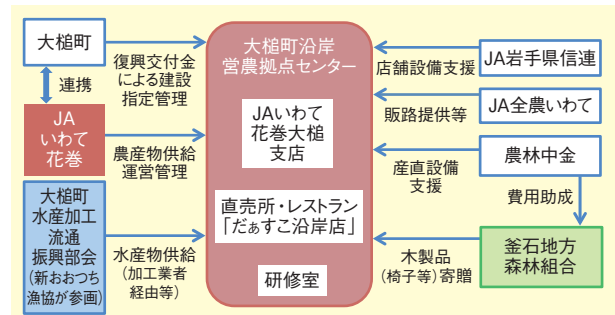
地域復興の拠点を目指して

—JAいわて花巻「母ちゃんハウスだあすこ 沿岸店」オープン—

主事研究員 小針美和

2016年1月15日、岩手県大槌町に産直施設「母ちゃんハウスだあすこ 沿岸店」(以下「だあすこ沿岸店」)がオープンした。同町を管内とするJAいわて花巻が産直を核とした農業復興の構想を打ち出したのは震災から4か月後の11年7月。その後、4年半の歳月を経て、未曾有の震災による甚大な被害、様々な困難を乗り越えて迎えたオープン当日の様子をレポートする。
(注)

第1図 大槌町沿岸営農拠点センターを核とした取組みのスキーム



資料 農林中央金庫2016年1月15日プレスリリース資料をもとに作成

1 行政と系統組織が一体となった取組み

だあすこ沿岸店は、大槌町が東日本大震災復興交付金事業を活用して建設した「大槌町沿岸営農拠点センター」1階にあり、2階の農業者のための研修室に加えて、拠点センターの敷地内にはJAの大槌支店(金融店舗)や東部地区営農センターも合築されている。

食堂の調度品や直売所の内装にかかる資材、看板設置等への農林中央金庫の復興支援プログラムによる費用助成や、JA全農いわてによる販売商品の充実や販路拡大への協力など、JAグループとしても様々な支援を行っている。また、食堂の机や椅子には釜石地方森林組合が大槌町に寄贈した木製品を活用するなど、行政とJAグループ等系統団体組織が一体となって地域の核となる産直施設の完成を目指してきた(第1図)。

開店前のオープンセレモニーでは、平野公三大槌町長が「農家一人一人の思いを結実させた地元農産物を通じて、人と人がつながるターミナルとなることを期待している。JA

という力強いパートナーとともに、皆様に愛される施設を目指していく」と挨拶。JAいわて花巻の高橋専太郎組合長も「安全・安心な農産物を地元の人に食べてもらう使命を果たすだけでなく、この場所を核とした協同活動を展開し沿岸地域をさらに活性化させていきたい」と力強く語った。

2 にぎわいをみせる店内

オープンを待つ店の前には、JAいわて花巻と産地間交流を行うJA紀の里から直送されたみかんの詰め放題の準備がなされ、鮮やかな橙色がお祝いムードに華やかさを添える。入口では、JA女性部による甘酒や新おおつち漁協女性部による地元海産物を使ったわかめ雑煮などがふるまわれ、冬の冷たい風が吹くなか開店前から列をなしてオープンを待っていたお客様の心身を温めていた(写真1)。

店内に入ると、直売所にはとれたてキャベツなどの大槌産の野菜を中心とした生鮮食料品のほか、地元のお母さんが作るおこわや郷



写真1 テープカットと開店を待つ人々

土菓子、惣菜なども置かれている。お菓子を出品している女性は、陳列している横でお客様が商品をカゴに入れる様子を見ながら「新しい販売先ができて、ますます忙しくなりそう」と喜びの笑顔を浮かべていた。

また、店内の商品棚には、大槌学園の小学生が作成した「手づくりポップ」も活用されている。作物の栄養価や特徴、おすすめの調理方法などがイラストとともに書かれ、棚の雰囲気を明るくしている(写真2)。

直売所に併設されている食堂では、だあすこ本店で人気の高い「母ちゃん定食」を沿岸バージョンにアレンジした、その日に水揚げされた海産物を用いて提供される「日替わり母ちゃんお任せ丼」のほか、担い手農業者グループが生産する大槌産ソバ粉で作った海そば・山そば、釜石椎茸麺などの多彩なメニューが並ぶ。

定食メニューのひとつでもある「いか餃子」は、復興キャベツ、特産物の椎茸、大槌漁港で水揚げされたイカを原料とする地元農産物と海産物が融合した新商品である(写真3)。

(注)だあすこ沿岸店オープンまでの経緯については、拙稿「岩手県津波被災地における農業復旧・復興の現状と課題」『農林金融』2016年3月号を参照のこと。



写真2 小学生が作成したポップ



写真3 いか餃子

キリン絆プロジェクトの支援を活用し、JAと地元水産業者のコラボレーションによって開発された。JAでは、このような沿岸地域ならではの目玉商品の開発・普及についても、これからさらに進めていくこととしている。

3 地域復興の拠点を目指して

農産物という里山の恵みとともに、岩手三陸の豊かな海の幸を楽しむことがだあすこ沿岸店の最大の魅力である。今後は、JAと漁協をはじめとした水産業者との連携をさらに強めていくことでその魅力に磨きがかかり、三陸沿岸ならではの新たな価値の創造につながっていくことが期待される。

このように、産直施設を拠点とする同町での取組みは、行政とJAや漁協等の系統団体組織が連携して地域復興の取組みを支援するモデルケースといえよう。今後の取組みに注目していきたい。

(こばり みわ)

農林金融2016年2月号

農協と6次産業化

(室屋有宏)

6次産業化は戦後日本の「食」の変化と歴史的関連で捉え展望していくことが重要である。農協系統は小規模農家が個別的な対応が困難な商品経済の領域に対し、自ら農産加工や直売所の設立等によって、こんにちの6次化の基盤を形成した。

だが都市経済と大手企業が主導する「食」の商品化の流れは強く、農村地域が「食」に対して関与する力は大きく低下した。6次化では、過度に商品化が浸透し不安定になっている「食」のあり方に対し、地域が「食」を取り戻していく取組みが基本であろう。地域が長期的ビジョンを持ち、直接消費者や地元の企業等とのつながりを深めながら、民主的で持続可能な食経済を地域に創るという意思が不可欠であり、農協系統はその中核を担うことをミッションにすべきである。

農協における青果物集出荷施設の運営コスト削減

(尾高恵美)

農協の青果物集出荷施設は、地域農業維持と効率的な流通に不可欠であるが、施設は老朽化が進んでおり、更新が必要な状況にある。また、農業者にとってはコストである施設利用料の低減、農協にとっては施設の採算性確保が課題となっており、コスト削減のための工夫が求められている。

本稿では、施設の共同利用の拡大によって操業期間を長期化している取組みに注目した。先進的な農協では、品目や農協を超えて1つの施設を共同利用することにより、操業期間を長期化し、規模の経済性を発揮させて施設にかかるコストの削減に成功している。同時に、異なる品目や農協の生産者による施設の共同利用を実現するために、公平性や透明性を高めつつ、参加者間の関係性強化の取組みにより、合意と結集を図っている。

農林金融2016年3月号

宮城県津波被災地における
農業復旧・復興の現状と課題

(内田多喜生)

宮城県の津波被災地における農業復旧・復興は、発災後約5年を経て、全体としては進捗がみられている。しかしながら、農地復旧や施設整備の遅れから営農再開がずれこんだ地域や、被害が甚大で営農再開時期に相当の遅れが予想される地域もある。一方、既に営農再開した経営体のなかには、複数年の営農実績を積み、先進的な取組みを行う経営体も出現している。

農業の復旧・復興の進捗は一様でなく、それぞれのステージに応じた対応が必要な段階を迎えている。農協およびJAグループは、行政および農業関連団体と連携しつつ、先行する経営体への専門性の高い支援体制を構築するとともに、今後、営農再開に取り組む「一番被害が大きかった」農業者の方々に十分配慮した復旧・復興支援を継続して行うことが必要であろう。

岩手県津波被災地における
農業復旧・復興の現状と課題

(小針美和)

東日本大震災から5年が経過した。岩手県の被災地農業をめぐる状況は厳しいものの、各地では、ほ場整備等をきっかけとして地域の实情に合わせた新しい営農の形を模索する動きがみられる。また、地域ブランドの確立に向けた取組みや、大規模園芸施設の本格稼働、岩手県沿岸部では初となる、農協の運営による水産業との連携も視野に入れた産直施設がオープンに至るなど、農業復興に向けた新たな取組みが進みつつある。

今後、岩手県津波被災地で地域復興を進めていくためには、農業の枠だけにとどまらない、三陸沿岸の自然・食の豊かさを生かした農・水・林の第一次産業間の連携、農協・漁協・森組による協同組合間協同の取組みを一層推進していくことが必要である。

農林金融2016年2月号**地方創生と連動して進む農業の取組み**

(石田一喜)

地方での雇用創出を第一の目標とする地方創生は、農林水産業を含めた新規雇用の創出を目指している。地方創生における農業政策は、農業外部の企業の参入および連携の重要性を強調する「農林水産業・地域の活力創造プラン」に沿うこととされている。そのため、多くの自治体が、農地利用の主体として、あるいは加工・流通での連携先として、農外企業の参入を進める施策に積極的であり、特に6次産業化における役割に大きく期待している。

本稿では、拡大が予想される企業および関連する取組みのうち、動き出しているいくつかの事例を紹介し、そこでの課題を明らかにした。また、直面した課題解決に向けてJAの役割が大きくなっている現状を整理し、今後期待される役割についても指摘した。

農林金融2016年3月号**岐路に立つ福島県の農業**

(行友 弥)

原発事故から5年を経ても、福島県の農業復興には遅れが目立つ。検査体制や汚染防止対策の徹底で作物の安全性は確保されているにもかかわらず、多くの品目が今も根強い風評被害にさらされ、価格、生産量ともに低迷が続いている。

また、政府は2017年春には帰還困難区域を除く地域の避難指示を解除する方針だが、既に解除された地域でも住民の帰還が進まず、農業者の営農再開意欲も高まっていないのが実情である。

こうしたなか、各地で担い手への農地集積や風評被害に強い作物の導入など、さまざまな模索が始まっている。地域全体の復興を図るためにも、中長期的視野に立って生業(なりわい)の再生を後押ししていくことが求められよう。

金融市場**2016年2月号****潮流** 繰り返されるパターン**情勢判断**

なかなか払拭できない世界経済の低成長リスク

情勢判断(海外経済金融)

- 1 海外情勢の不安要因が重なり、リスク回避姿勢が強まる
- 2 原油価格の動きに翻弄されるユーロ圏
- 3 2016年の中国経済とリスク要因
- 4 中国不安と原油安で一段と売られた新興・資源国市場

今月の焦点

気候変動枠組条約第21回締約国会議の成果と課題

分析レポート

米国住宅市場の構造的な変化とその要因

海外の話題

北京の大気汚染

2016年3月号**潮流** 第4次産業革命のインパクト**情勢判断**

原油安や世界経済の低成長リスクに抗う日本銀行

情勢判断(海外経済金融)

- 1 経済先行き懸念の浮上と3月にかけてのリスク要因
- 2 市場波乱の中で強まるユーロ圏経済の下振れ懸念
- 3 供給側改革の推進を強める中国
- 4 世界経済の先行き懸念で低迷する新興・資源国市場

経済見通し

2015~17年度改訂経済見通し

今月の焦点

地方創生総合戦略2015改訂版と新型交付金の概要

分析レポート

- 1 「マイナス金利付き量的・質的金融緩和」を考える
- 2 融資推進と協同組織金融機関

地域を越えた共同生産・流通体制 —NPO法人がんばろう福島、農業者等の会—

特定非営利活動法人 がんばろう福島、農業者等の会 理事長
農業生産法人 株式会社 二本松農園 代表取締役

齊藤 登

当NPOは、風評被害を乗り越えるため、東日本大震災発生直後の2011年5月、10程度の農家で任意団体として発足、その後、参加農家が30程度になった2012年12月にNPO法人化し、現在参加会員は50農家等となっている。「等」をつけたのは、農業者だけでなく、加工業者や最近では漁業者までも参加してきているからである。当NPOの特徴は「できる限り会議を行わない」という点にある。福島県は全国3番目に広い面積を有し、これら50の農家等は、この広い県土に散らばっているため、とても頻りに集まって会議をできるような状況にはないし、会議を行う必要も実はないのである。それは、NPOの活動目的が明確な点にある。いずれの農家等も風評被害の修羅場をくぐり、その経験から「売れなかったら生きていけない」という共通認識があり、当NPOに求めるのは、その販売のところだからである。

震災直後、二本松農園のネットショップ「里山ガーデンファーム」には、「福島県農業を応援したい!」という全国の消費者からの注文が入り大ブレイクしていた。これが各マスコミで報道されるや、風評被害で客を失った県内の農業者等が「ぜひ、ネットでうちの農産物を買って欲しい」ということで駆け込み寺的に集まってきて、これら農家等の農産物や加工品を当ネットショップに次々とUPしていったのである。ショップを見る消費者からは、あたかも一つの農園の商品のように見

えるが、実は、県内各地の農家等の集約なのである。ショップに注文が入ると、二本松農園では、当該農家等に受注内容をFAXし、県内各地の農家等からお客様に向けて直接商品を発送する。このシステムならば、多彩な農産物を全国の消費者に供給できる。いわば「地域を越えた共同生産・流通体制」なのである。

震災から5年を迎えるが、現在、ネットショップのお客様会員は5,000人を超え、最近では、ショップでの購買をきっかけに、大企業での共同購入や、参加農家を訪ねてくるお客様もあとをたたない。驚くべきは、参加農家等の売上げが、震災前を上回っている例も多いということである。これは、すべてネットショップでの売上げという事ではなく、今までの活動の中で農家等の意識に「お客様と直接つながる事の大切さ」が生まれたため、と思っている。

震災直後、8割の消費者が福島県産農産物を敬遠していたというアンケート結果があったが、私は逆に「人口の2割も福島県農業を応援していただける人がいる!」と捉えた。あとは、その人たちとつながる「システム」であり、それはネットだったのである。

当NPOの合言葉がある。それは「顔の見えない関係に風評被害はなし」である。この言葉を胸に私たちは、福島の地で農業を続けていく。

(さいとう のぼる)

農中総研のホームページ <http://www.nochuri.co.jp>

『農林金融』『金融市場』などの農林中金総合研究所の調査研究論文や『農林漁業金融統計』の最新の統計データが、ホームページからご覧になれます。

また、メールマガジンにご登録いただいた方には、最新のレポート掲載の都度、その内容を電子メールでお知らせするサービスを行っておりますので、是非ご活用ください。

本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

送り先 〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12 農林中金総合研究所
FAX 03-3233-7791
Eメール itazaki@nochuri.co.jp

本誌に掲載の論文、資料、データ等の無断転載を禁止いたします。

農中総研 調査と情報 | 2016年3月号 (第53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.03-3233-7748 Fax.03-3233-7791
URL:<http://www.nochuri.co.jp>
E-mail:itazaki@nochuri.co.jp