ISSN 1882-2460

農中総研 調査と情報

2018.5（第66号）

■ 視　点 ■

製品開発と事業化の谷間 …… 北原克彦 …… 2

■ レポート ■

● 食鳥特集―食農リサーチ― ●

好調続く鶏肉需要、４年連続で過去最高を更新 …… 堀内芳彦 …… 4

種鶏ふ卵業者による安定的なヒナ供給
―株式会社森孵卵場（香川県観音寺市）― …… 福田彩乃 …… 6

地域特性を生かしたブロイラー企業の大規模化
―株式会社十文字チキンカンパニー（岩手県）の事例― …… 趙　玉亮 …… 8

生産から販売に至る地鶏の一貫経営
―農事組合法人福栄組合（福岡県久留米市）― …… 福田彩乃 …… 10

海外展開が進む鶏モモ肉の脱骨ロボット「トリダス」 …… 趙　玉亮 …… 12

● 農林水産業 ●

E コマース企業の参入で激変する中国生鮮食品市場 …… 阮　蔚 …… 14

歴史からたどる漁業制度の変遷　その５
―明治漁業法と漁業向け資金― …… 田口さつき …… 16

● 農漁協・森組 ●

農業経済学専攻学生の視点から農協組織の課題を考える …… 坂内　久 …… 18

JA ぎふにおける農業融資の取組強化 …… 小針美和 …… 20

園芸専門農協にみる共同利用施設の運営 …… 若林剛志 …… 22

横展開が進む浜の活力再生プラン
―次期プランを見据えて― …… 亀岡鉱平 …… 24

組合員一人ひとりの“ふだんのくらし”が SDGs を体現
―パルシステムグループでのエシカルな消費への取組み― …… 河原林孝由基 …… 26

■ 寄　稿 ■

地域振興における大学の役割と推進課題
女子栄養大学 専任講師　平口嘉典 …… 28

■ 現地ルポルタージュ ■

新たな役割を模索するインドネシアの農村協同組合 …… 植田展大 …… 30

■ 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 …… 32

■ あぜみち ■

私の考えるこれからの農業
山形県遊佐町 和牛繁殖農家　佐藤　綾 …… 34

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。

農林中金総合研究所

製品開発と事業化の谷間

食農リサーチ部長　北原克彦

1　技術取得による食品加工への参入

農産物流通企業から「ある技術の買取りを検討しているので、相談に乗ってほしい」と連絡を受けた。「特許取得済みのある技術を購入して、新しい食品加工を行い大きな市場を作りたい」との相談であった。

そこで、特許庁のHPから当該特許を検索したところ、特許期限が近付きつつあったので、その延命措置について聞いたが、準備しているとの話は聞けなかった。相談者へのアドバイスは、生物系の実験で使われている技術に近く、特許を迂回する技術も容易に作れそうな印象だ。加工温度帯を考えると雑菌混入や品質事故リスクが高い。さらに、同社の事業領域は農産物流通であり、自らがきちんと評価できない技術単体に飛びついて、事業基盤がない食品加工に参入するのは慎重に考えるべきだと助言した。

商品差別化のハードルが高い農産物流通から、食品加工へ事業を広げて付加価値を作りたいとの思いは分かるが、技術を自ら創り出し装備していく覚悟ではなく、資金さえあれば新しい技術と設備が入手できる、与えられるという甘えを感じた。

2　「魔の川」「死の谷」「ダーウィンの海」

技術をベースに製品開発を行い、事業化・市場投入をマネージしていく技術経営の経営論では、３つの障壁があるといわれている。

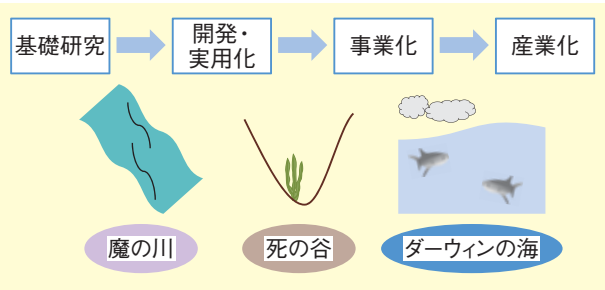
基礎技術の研究と開発・実用化の間に流れる「魔の川」。開発・実用化と事業化（市場投入）の間に横たわる「死の谷」。そして、事業化と産業化の間に広がる「ダーウィンの海」である（第１図）。

「魔の川」は、基礎研究からさまざまな技術シーズを創り出し、市場を想定しながらそれらを絞り込んで開発・実用化へつなげる際の壁だ。「死の谷」は、開発した実用化モデルを事業要素である調達・生産・物流・販売の各機能に結び付けて製品化、そのうえで市場に投入、顧客に買ってもらえる商品に転換する際の壁だ。そして「ダーウィンの海」は、市場の変化や外部環境へ適応して競争のなかで生き残っていく際の壁である。

技術経営の困難さは、技術を起点にしながら、世の中に新たな市場を創出できるか見極める力が求められる点だ。革新的な製品を開発するには、源流にさかのぼり技術シーズ開発が重要とされる。一方、消費財メーカーからは、事業化に取り組む商品開発の組織を、研究部門側におくべきか、顧客に近い営業部門側におくべきかという組織的な悩みもよく聞く。

1994年にチキン骨付きもも肉全自動脱骨ロボット「トリダス」を開発した株式会社前川製作所（東京都江東区、以下「同社」）で、開発を担当された方から当時の経緯をうかがった。同社が開発・実用化と事業化の谷間をどのように跳び越えたのか紹介したい。

第１図　3つの障壁のイメージ



資料　出川（2004）を基に作成

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

3　トリダス開発の跳び越え方

―顧客がつぶやいた、その一言を聴き取る―

同社は産業用冷凍機のトップメーカーであるが、なぜ、畑違いの食肉加工ロボットの開発に取り組んだのであろうか。同社は企画部門が事業の方向性を決めるのではなく、顧客サービスや営業の担当者が聴き取った、顧客要望や現場の声を吸い上げてテーマを決め、事業展開につなげるというボトムアップの方法をとっている。その情報共有のために部門間ミーティングが大変多いという。

同社の冷凍機を導入した食鳥処理場から、前工程の脱骨ライン自動化の相談を受けた。他の産地の状況も確認して業界全体の課題であると認識を固めて開発に乗り出したという。つまり、トリダス開発のきっかけは、顧客(市場)からの微細な情報(ニーズ)を聴き取って開発につなげたことにある。技術シーズを絞り込んだのではなく、市場ニーズを起点にしており、顧客の課題解決に向けたコンサルティング業務にも通じるものだ。

―現場の暗黙知をロボット工程に組み込む―

トリダス開発に乗り出した当時、参考となる機械はなく、ロボットに関する社内の知見蓄積もゼロであり、どこから手を付けて良いのか分からない状況から始まったという。なんとチャレンジングな企業風土かと感じた。工作機械関連の技術者採用もあって、実質82年からスタートした研究・開発は、５年で「魔の川」を渡り、86年に最初の試作機「モモエちゃん」が完成した。しかし、柔らかい鶏もも肉の個体差へフレキシブルな対応ができず、処理能力も低かったため、顧客から評価されず開発プロジェクトは中断を余儀なくされた。まさに「死の谷」をさまようことになった。

その後、顧客から再開発の要望を受け、競合他社の開発の動きも視野に入ったことから、４年後の90年にプロジェクトを再開した。開発技術者は食鳥処理の現場に立ち、もも肉脱骨の手作業を習熟するまで経験したところ、切れ目を入れて肉を引きはがす動きがポイントであることを発見した。それを突破口にして、センサによる鶏肉の計測力を高め、柔軟に肉をはがす工程を追加することで、鶏肉形状のばらつきへフレシキブルに対応できるようになった。同社はこのようなモノづくり力発揮によって「死の谷」を跳び越えた。フィールドテスト等を経て、94年に初代トリダスを発表、米国タイソンフーズ社と国内２社から導入が始まった。

4　装置産業型へ革新が進む食肉加工

食鳥処理は、と畜・内臓を取り出す中抜き・大ばらし工程までは、欧州メーカーによる機械化が実現されている。その後工程である解体脱骨工程、特に鶏もも肉の脱骨工程は同社のトリダスによって自動化が進展してきた。欧州メーカーと切磋琢磨していくダーウィンの海を渡るステージに入ったといえよう。だが、大部分の細かなカット作業は、まだ人手に頼らざるを得ない状況だ。完全無人化までには時間を要する。

鶏肉から始まった自動化の流れは、ほかの畜種へも広がろうとしている。同社が豚肉自動除骨ロボット「ハムダス」(もも部位)と「ワンダス」(うで部位)を開発したことは、関係者から高い評価を受けている。

省力化・異物混入排除・衛生水準確保など、直接的な自動化ニーズへのロボット開発対応のほかに、鮮度保持技術、コールドチェーンや物流装置の進歩が相まって、食肉加工の技術革新と装置産業化が進行している。

＜参考文献＞

・出川通(2004)『技術経営の考え方―MOTと開発ベンチャーの現場から―』光文社
・前川正雄(2004)『モノづくりの極意、人づくりの哲学―21世紀の「モノづくり」は日本を中心に回る―』ダイヤモンド社
・前川正雄(2009)『世界を変える「場所的経営」―共創によるモノづくり立国の再興へ向けて―』実業之日本社

(きたはら　かつひこ)

好調続く鶏肉需要、4年連続で過去最高を更新

理事研究員　堀内芳彦

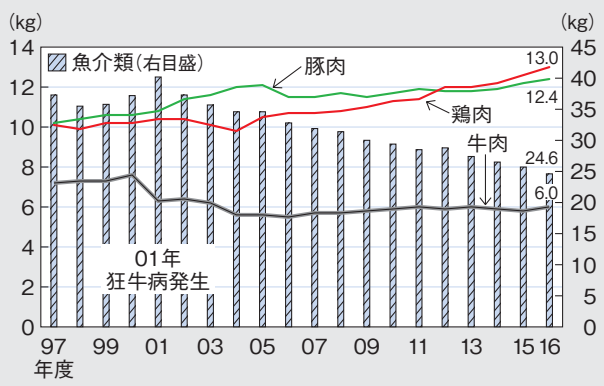
1　鶏むね肉人気が定着し、好調続く鶏肉需要

近年の日本人の食生活は、魚介類の消費が減少し肉類が増加している。直近10年の１人当たりの年間消費量（供給純食料）でみると、魚介類は2006年度32.8kgから16年度24.6kgと25.0%減少したのに対し、食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）は27.7kgから31.4kgと13.4%増加している。なかでも鶏肉は、10.7kgから13.0kgと21.5%増加し、12年度からは豚肉を上回り食肉消費の主役となっている（第１図）。

マクロベースでみても、鶏肉消費量（骨付き肉ベース）は、14年以降、毎年過去最高を更新し、17年は2,445千トンとなった（第２図）。

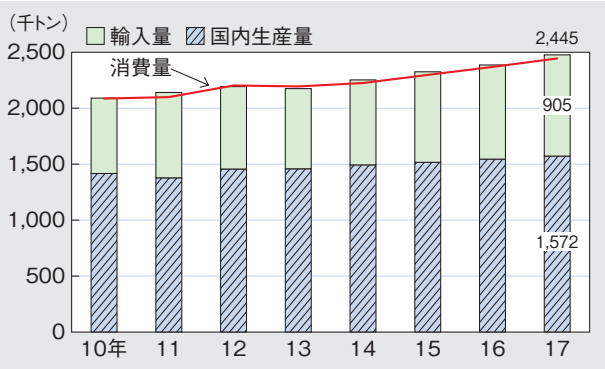
この要因として、消費者の食の３大志向が、経済性、健康、簡便化といわれるなかで、まず経済性志向の点で、鶏肉が他の食肉より安価なことが挙げられる。16年度の東京の小売価格（総務省「小売物価統計調査」）でみると、100g当たり国産牛（ロース）903円、豚（もも）195円に対し、鶏（もも）は136円と安価である。

第1図　食肉および魚介類の１人当たり年間消費量の推移



資料　農林水産省「食料需給表」
（注）　消費量は1人1年当たり供給純食料。

第2図　鶏肉需給の推移



資料　農林水産省「食料需給表」、(独)農畜産業振興機構「鶏肉需給表」
（注）１　骨付き肉ベース。
　　２　輸入量は鶏肉調整品を含む。

次に、健康志向の点で、特に鶏むね肉の評価が高まったことが挙げられる。その特徴として、高たんぱく、低脂肪で、豊富に含まれるイミダゾールジペプチドが疲労回復に効果があるといわれる。13年に大手コンビニがむね肉を使った「サラダチキン」を発売したことを契機に、その認知度が一気に高まった。サラダ具材として簡単に利用できる点は簡便化志向にも合致し、インターネットのレシピサイトで鶏むね肉料理の投稿も増え、ぐるなび総研の17年「今年の一皿」に「鶏むね肉料理」が選ばれるなど、家庭の食卓に定着しつつある。

2　需要増も農場増設に多くの課題

好調な鶏肉需要を受け、17年の国内生産量は1,572千トンと６年連続で過去最高を更新した。また、輸入量（鶏肉調整品〔唐揚げ、焼鳥等〕を含む）も905千トン（鶏肉と鶏肉調整品の比率はほぼ半々）と３年連続で過去最高を更新した（第２図）。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ただし、過去３年間の需給動向をみると、消費量が9.8%増加するなかで、国内生産量の伸び(5.2%)は輸入量(19.2%)に比べ小幅にとどまっている。

この主な要因として、国内生産量の99%を占めるブロイラー（ふ化後３か月未満の肉用若鶏)業界が、大規模な装置産業化し、短期的には、増産が容易にできない生産構造となっている点が挙げられる。

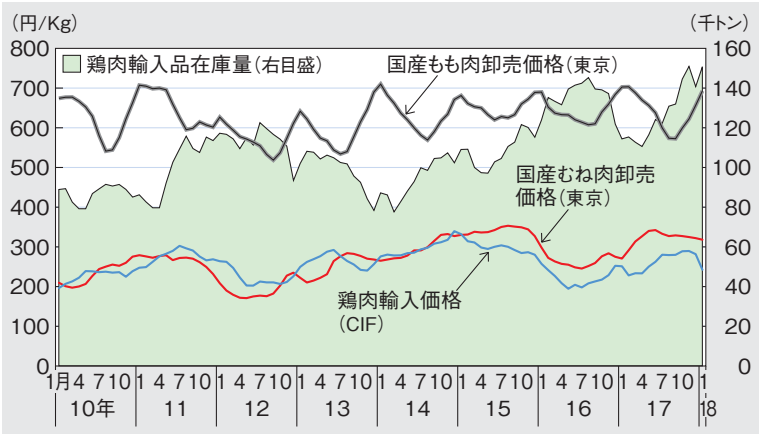
現在、日本のブロイラーは、鶏種として海外育種が９割強を占め、飼料(経費の６割強を占める)は、穀物主体の配合飼料で大部分を輸入している。いわば大半を海外からの輸入資源に依存し、食材特性に大きな差のないコモディティ商品となっている。

このため、大規模な食鳥処理場と農場を設けて、量産化によりコスト削減を図ることが競争条件となり、ヒナのふ化から飼育、食鳥処理加工までを一貫して行うインテグレーション化が進展している。(一社)日本食鳥協会会員名簿(平成28年度版)の年間処理羽数ベースで推計すると、インテグレーターの上位９グループで６割強のシェアを有している。

食鳥処理場と農場の増設は、用地確保の段階から竣工まで１、２年の短期間でできるものではない。このため、ここ数年の需要増加に対し輸入品への依存度が高まっている。

農場増設は、防疫対策や地下水確保で用地が限定されることに加え、鶏ふん処理等での地域対策も必要で、用地確保に相当高いハードルがある。また、各業種で人手不足感が強まるなか、食鳥処理場の増設では、雇用確保が難しくなってきている。今後は、こうした課題に迅速に対応できるインテグレーターがシェアを伸ばしていくとみられる。

第3図　鶏肉相場と鶏肉輸入品在庫の推移



資料　農林水産省「食鳥市況情報」、財務省「貿易統計」

3　鶏肉相場は底堅く推移か

国産もも肉の卸売価格をみると、年間で鍋需要の高まる冬場に上昇し夏場に下落する傾向があるが、直近の４年間では、年間を通じてほぼ600円/kg台で推移している(第３図)。

一方、むね肉は主に加工業務用に使われることから、国産むね肉の卸売価格は、競合する輸入品の在庫動向に左右される傾向がある。17年の卸売価格は、前半は、16年後半からの輸入品の在庫調整進展で300円/kg台半ばまで上昇、後半は、在庫が増加したものの好調な需要が下支えとなり300円/kg台前半で推移した。足元では、輸入品在庫が過去最高水準にまで積み上がってきており、目先の市況はやや軟化が予想される。

しかし、中期的にみると、(株)富士経済が18年２月に公表した国内加工食品市場調査では、サラダチキンの市場規模は17年見込みで269億円(前年比44.6%増)、22年予測で311億円まで拡大すると予測しているなど、堅調な需要は継続し、当面、鶏肉相場は底堅く推移するとみられる。

(ほりうち　よしひこ)

種鶏ふ卵業者による安定的なヒナ供給

―― 株式会社森孵卵場（香川県観音寺市）――

研究員　福田彩乃

ブロイラー生産者にヒナを供給する種鶏ふ卵業者は、鶏肉サプライチェーンの川上に位置しており、安定供給を通して、養鶏産業の発展に寄与している。

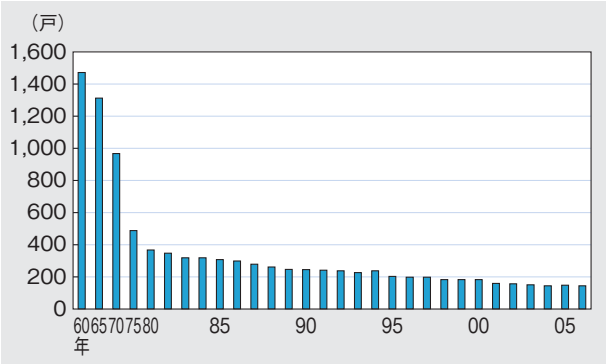
そこで、種鶏ふ卵業界の動向と、生産拠点の分散等によって安定的かつ柔軟にヒナ供給を行う株式会社森孵卵場を紹介する。

1　集約化が進んだ種鶏ふ卵業者

国内のふ卵業者数は、1960年から75年にかけて、1,471戸から486戸へと大きく減少した（第１図）。その後も緩やかな減少傾向が続き、2006年には143戸となった（以後、統計なし）。

減少の背景には、ブロイラー生産の構造変化が挙げられる。60年代以降、資本効率性の高さ等を背景に、ヒナからブロイラー生産、食鳥処理等まで行う垂直統合（インテグレーション）が進展した。それに伴い、均一で大量のヒナ供給が求められ、種鶏ふ卵業者の集約化と規模拡大が進んだ。

第１図　ふ卵業者数の推移



資料　（公社）中央畜産会「種鶏ふ卵関係資料」
（注）　業者数には、肉用種以外に、卵用種と卵用種・肉用種の兼業を含む。80年以前は、5年ごとの業者数のみが公表されている。

種鶏ふ卵事業は、大きく分けて、ヒナ供給の専門業者と、インテグレーションに属するふ卵場（直営系）によって営まれている。

60年頃は、専門業者がヒナ供給の中心であったが、その後、輸入鶏肉との価格競争の激化のなかで、ヒナの自社供給が増加した。関係者によると、近年では種鶏ふ卵事業の６割が直営系によって担われているという。

2　ブロイラー主産地周辺への立地

株式会社森孵卵場（以下「同社」）は、毎月600万羽以上の肉用ヒナを供給する専門業者で、全国シェア10%を占める最大手である。

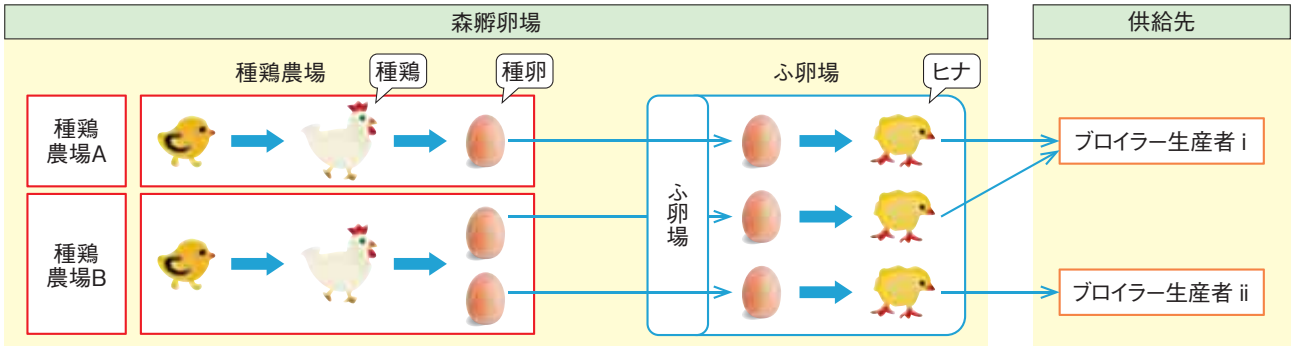
事業内容は、全国36の種鶏農場で種鶏（親鳥）を飼養し、採卵する。そして種卵を９つのふ卵場でふ化し、ヒナをブロイラー生産者へ販売することである（第２図）。

同社は、東北や南九州を中心とするブロイラーの主産地に合わせて、種鶏農場、ふ卵場を立地させている。地域別生産量をみると、東北、南九州がそれぞれ４割の比率である（第３図）。

具体的な立地は、自然災害時に復旧が早い国道沿いを選択するなど、慎重な検討を重ねているという。東日本大震災の際に、東北のふ卵場は被災したものの、他地域のふ卵場で増産することでカバーし、滞りなくヒナ供給を行うことができた。また、分散立地は、自然災害だけでなく鳥インフルエンザ等の疾病リスクを最小限に抑えることも狙いとしている。

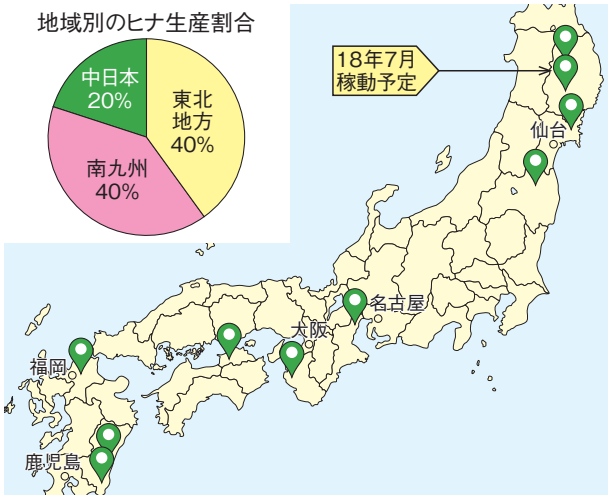
農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第2図　森孵卵場の事業内容



資料　森孵卵場への聞き取りにより作成

第3図　森孵卵場におけるふ卵場の立地状況



資料　森孵卵場ウェブサイトより作成

近年、鶏肉需要の高まりを受けて、消費地である関東周辺にアクセスが良い東北地方で、ブロイラーの増産意欲が高まっている。こうした動きを受けて、同社は18年７月より、岩手県花巻市に１か月あたり150万羽のヒナを出荷する新たなふ卵場を稼動させる計画だ。

3　販売価格の維持に向けて

ブロイラーの種鶏は海外種に全面的に依存し、為替変動の影響等を受けやすい構造にある。ここ数年、同社でも、円安等で種鶏の購入価格が上昇している。

そうしたなか、同社は、ヒナ販売価格の維持のため、一部のふ卵場で精力的に作業の効率性向上を図ってきた。今後はマニュアル化によって、全ふ卵場にその取組みを拡大する計画である。

4　需要変動への柔軟な対応

鶏肉は季節的な需要変動がある。したがって、ヒナの自社供給を行う生産者のなかにも、施設効率性等の観点から、必要量の８割程度を自賄いにとどめ、不足分を専門業者から調達するケースがある。また、気候変動等による短期的なヒナの需給調整を専門業者からの調達によって行うブロイラー生産者も少なくない。

同社は、そうした短期的なヒナ需要の変動に対応するため、毎月、ヒナの販売予定量の１割程度を超過生産する体制を整えている。

安定的なヒナ供給だけでなく、こうした需要への柔軟な対応によって、取引先との信頼関係を構築しており、専門業者は養鶏産業の発展に欠かすことのできない役割を担っていると言えるだろう。

（ふくだ　あやの）

地域特性を生かしたブロイラー企業の大規模化

―株式会社十文字チキンカンパニー（岩手県）の事例―

研究員　趙　玉亮

国内の鶏肉需要が増加するなか、ブロイラー経営が規模拡大を行うには、生産基盤と食鳥処理施設の拡充が必要である。そこで、岩手県の株式会社十文字チキンカンパニー（以下「同社」）の規模拡大の取組みについて紹介したい。

1　岩手県産にこだわる一貫した体制

同社の原点は、1960年に採卵養鶏農家からスタートしている。64年にブロイラーの飼育を開始し、75年に法人化。20年余りでブロイラーのヒナ供給、生産、食鳥処理、鶏ふん肥料化まで一貫した体制を確立した（第１表）。

岩手県は飼料基地である八戸市に隣接し、主要消費地である関東と東北自動車道で結ばれる立地を生かし、同社の年間生産羽数は07年の4,300万から16年の5,000万超へと大きく増加し、全国生産量の７％を占めている。

同社は県内産にこだわり、直営と委託を含め178の生産農場のほとんどが県内にある。また、抗生物質を使わず、飼料配合への工夫等による差別化を図り、「鶏王」「菜・彩・鶏」「楽鶏」等の銘柄鶏を生産している。さらに、飼養記録のデータベース化とトレーサビリティシステムを導入するなど、品質管理を徹底している。

第1表　十文字チキンカンパニーの概要

本社所在地	岩手県二戸市
設立	1975年
代表	十文字保雄
グループ総従業員数	1,490人
種鶏農場&ふ卵	九戸孵卵場（8.7万羽/日）、 山形孵卵場（11万羽/日） 種鶏農場:23農場、130棟。常時45万羽
生産農場	178農場、1,102棟、641.3千㎡
処理工場	久慈工場（9.7万羽/日） 二戸工場（4.2万羽/日→自社利用2.2万羽/日、残りは提携会社が利用） 八幡平工場（6.7万羽）
鶏ふんバイオマス発電所	岩手九戸郡、年間処理量13万トン、6,250kW
主な商品	菜・彩・鶏、鶏王、楽鶏、一般ブロイラー

資料　十文字チキンカンパニーの提供資料を基に作成

2　飼養規模の拡大と人材教育

同社は、毎年、17千㎡の農場（既設３農場分に相当）を県内に増設することを当面の目標としている。新農場の候補地は、平たんでアクセスしやすく、地下水が豊富で、近隣住民の理解を得ること等条件が多い。したがって、地域で顔が広い職員２人を専担者とし、候補地の選定を行っている。

規模拡大に伴う安定的な運営を実現するには、農場長の教育研修と生産農場の管理指導体制が欠かせない。

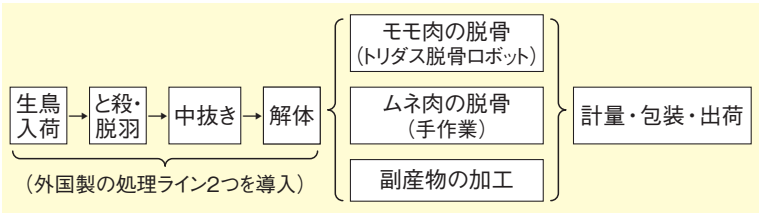
農場長は一般募集等を通じて候補者を確保する。候補者は農場での実地研修などを経て、一定のレベルになれば農場長として採用される。そして、新農場長に対して、飼育方法の詳細を「生産農場長アカデミー」と呼ばれる独自の研修プログラムで習得させている。また、「農場長手帳」を配付し、一般の飼養知識のほか、アニマルウェルフェアへの対応や、鶏舎内の環境条件も含めて、日常業務の参考とさせている。

生産農場の管理指導について、同社は農場

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

指導員制度を導入している。14人の指導員が手分けして、各農場の課題を整理し、指導や相談などに対応している。個々の農場での日々の飼育データを指導員経由で本社に提出、保管している。

第1図　十文字チキンカンパニー久慈工場の処理工程



資料　十文字チキンカンパニーの提供資料を基に作成

トリダスで脱骨後、モモ肉の整形と検品　　手作業でムネ肉の脱骨

（写真：十文字チキンカンパニー提供）

3　食鳥処理施設の高度化（久慈工場）

同社は３つの食鳥処理場を有し、そのなかで最も処理能力が大きいのは久慈市内の施設である。78年に建設された同施設は、これまで数回の増築により処理規模を拡大してきた。

直近17年10月の増築では、最新設備を入れたほか、レイアウトも調整して効率化を図った。久慈工場は現在、544人の従業員で、処理量は9.7万羽/日と増築前より５割増加し、国内最大である。さらに、19年末までに処理量を11万羽/日に引き上げていく計画である。

食鳥処理の工程として、入荷された生鳥は、と殺・脱羽、中抜きや解体を経て、モモやムネ別に脱骨される（第１図）。生鳥から解体までの工程は、海外メーカーの自動化設備を設置し、２つのラインで１日最大12万羽処理できる。解体用の大バラシ高速ラインは国内初の導入である(注)。

解体後のモモ肉の脱骨は、株式会社前川製作所の全自動脱骨ロボット「トリダス」を28台設置し、１台あたり950本/時の速度で処理している。脱骨後、残骨等の検査や整形は手作業で行われる。より多くの従業員を配置し、鶏肉の外形や品質確保のため、時間をかけて作業を行っている。

ムネ肉の脱骨工程は、国内外の自動化機械を導入したことはあるが、どうしても残骨やうまく解体できない部分があり、歩留りも手作業より低い。こうしたことから、久慈工場ではムネ肉の脱骨処理を全て手作業で実施している。

4　品質・機械化・労働力のバランス

同社は岩手県に根差し、生産基盤と食鳥処理の規模拡大を中長期的な計画の下で積極的に進めている。また、教育・研修や生産農場の管理指導なども手厚く行っている。

ただし、食鳥処理で高い歩留りを実現するには細かい作業で人手を要すなど、機械化で対応しきれない部分もある。人口減少による雇用確保が難しさを増すなかで、品質・機械化・労働力のバランスをどのようにとっていくのか、新たな課題にチャレンジしている。

（チョウ　ギョクリョウ）

（注）大バラシとは、中抜き後の鶏の上半身と腰骨付きの下半身とに分割し、下半身から骨付きモモ肉をはぎ取る作業である。

生産から販売に至る地鶏の一貫経営

―― 農事組合法人福栄組合（福岡県久留米市）――

研究員　福田彩乃

地鶏の生産方法は、国内鶏肉消費の大半を占めるブロイラーとは異なる。ブロイラーは一般的に、１㎡当たり20羽ほどの環境で45～50日程度飼養するのに対して、地鶏は日本農林規格（JAS）で、１㎡当たり10羽以下で75日以上の飼養が規定されている。したがって、地鶏はブロイラーと比べて小規模経営が多く、食鳥処理場を所有し、生産から販売まで一貫して取り組む経営体は少ない。

地鶏の一貫経営を行うには、まず生産規模の拡大を図る必要がある。併せて各部門をバランス良く運営することで、全体の効率性を引き上げることや、高付加価値商品として安定的な販路確保が課題となる。

１　地どりの生産規模拡大

農事組合法人福栄組合（以下「組合」）は、「はかた地どり」の生産、食鳥処理、販売、さらには飲食店を経営している（第１図）。

組合設立は1968年で、当時はブロイラー生産とその処理に取り組んでいた。しかし、全国的にブロイラー生産・処理は大手商系を中心に寡占化が進んでいたため、87年に福岡県によって地どりが開発されてからは、特色ある経営を実現するために、地どりの食鳥処理を受託しはじめた。

黒い斑点が特徴のはかた地どり
（写真：農事組合法人福栄組合提供）

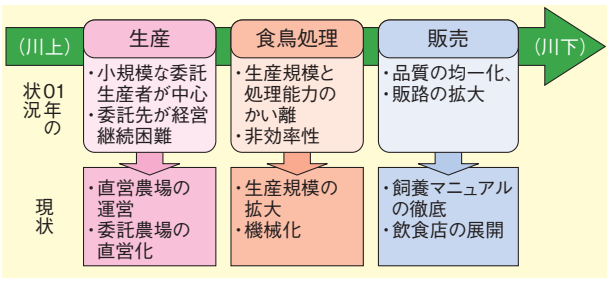
そして地どり処理が軌道に乗り始めると、地どり処理のウェイトを高めることを考えた。しかし、地どりは、地域の委託生産者によって庭先で副次的に飼養されるなど、生産規模が小さかった。

そのようななか、2001年にジェイエイ北九州くみあい飼料（株）やJA全農ふくれん、行政等で構成される、福岡県はかた地どり推進協議会が発足した。そこで、同組合は協議会と連携しながら、地どりの生産から販売に一貫して取り組むこととした。

委託先の規模拡大は難しかったため、組合自身が廃業したブロイラーや採卵鶏農場を取得し、直営農場での生産を開始することによって、生産基盤の拡大を図った（第１図）。

また、委託生産者の高齢化により経営の継続が困難な場合は、随時、直営へと移管した。

第１図　福栄組合の2001年の状況と現状



資料　聞き取りより作成

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1表　2017年度の農場別生産規模（実績）

（単位　千羽）

17年	（参考）01年	農場名	生産規模	1農場平均の生産規模
委託農場	委託農場	A	8	34
		B	25	
		C	69	
直営農場	委託農場	D	14	56
		E	24	
		F	64	
		G	110	
		H	57	
		I	58	
		J	59	
		K	64	
合計			552	50

資料　第1図に同じ
（注）　直営農場（H～K）は01年以降、随時取得されている。

こうした過程で、直営農場を中心に鶏舎増築等を行い、地どりの年間処理羽数は、01年度の158千羽から17年度の552千羽へと大きく拡大している。

現在、全11農場のうち８農場が直営で、生産全体の８割を占めている。また、直営の１農場平均の生産規模は委託先の1.5倍と大きい（第１表）。

2　生産管理体制を整え、品質を統一

組合は生産規模拡大のなかで、品質統一によるブランド確立に取り組んできた（第１図）。

具体的には、委託、直営農場ともに組合経由で同一のヒナ、専用飼料、ワクチン等の生産資材を供給している。併せて、全農場の飼養・管理マニュアルの遵守状況を定期的に点検・指導する体制を整備した。飼料を含め生産方式を統一したことで、農場間の品質のばらつきがない鶏肉提供が可能になったという。

さらに、一か所の直営農場は、肉用鶏で国内初となる農場HACCP（畜産農場での危害要因分析・必須管理点の考え方を取り入れた飼養衛生管理）を取得した。今後は、他農場でも管理水準の向上を図り、HACCP取得を進める予定だ。

3　販路の拡大に向けた飲食業への参入

近年、組合は小売店等での販路拡大にあたって、実需ニーズに応じた利便性の高い少量販売を進めている。

併せて、13年から外食企業と業務提携し、東京や大阪ではかた地どりを使った郷土料理を提供する飲食店を展開している。その際、ブランド維持のために、出店数を限定するなど工夫しているという。

また、地どりは「水炊きなどの郷土料理に合う鶏を」という県民の要望を受けて開発されたが、県内販売量は少ないという。そこで、17年から、福岡市で直営の飲食店経営を始めた。県内での地どりの認知度を向上させ、一層の販売強化を図っていきたいと考えている。

4　処理場の規模拡大

このように組合は、01年から中長期的な視点で、直営農場の整備等による生産基盤を固めてきた。また、販路拡大の見通しが立ったため、18年３月に処理能力を年間1,100千羽に拡大した新処理場を建設した。安全な地どりの安定供給に向けて、これまで手作業で行っていた処理のうち、労力のかかる内臓摘出を機械化している。また、鮮度を維持して出荷するため、急速冷凍機をはじめとする様々な設備を導入している。

同組合の取組みは、地どり経営のなかでも、生産・処理・販売をうまく循環させることで、経営を発展させた事例と言えるだろう。

（ふくだ　あやの）

海外展開が進む鶏モモ肉の脱骨ロボット「トリダス」

研究員　趙　玉亮

株式会社前川製作所（本社東京）は1994年に鶏骨付きモモ肉の全自動脱骨ロボット「トリダス」を製品化した。これによって、「人海戦術」と呼ばれたモモ肉脱骨作業の自動化が進展した。近年は国内だけでなく、海外での導入が注目されている。

1　トリダス開発と国内普及

前川製作所は冷凍機の大手メーカーで、食鳥処理場から鶏モモ肉脱骨作業の自動化の相談を受け、82年に開発に乗り出した。

それまでモモ肉の脱骨は、熟練作業員の器用さに頼り手作業で行われてきた。国内ではモモ肉が好まれ、ムネ肉よりも高価格であることから、脱骨ロボットの開発に際して、人手とそん色ない歩留りと、脱骨後の肉の見栄えを実現することが重視された。

前川製作所は、手作業の動きを参考に肉をはがす工程を入れて、12年がかりでトリダスの開発に成功した。04年にはメンテナンス負担を軽減した後継機（トリダス・マークⅡ、写真）を発売した。

トリダスは手作業と同等の歩留りで、処理速度は1,000本/時間とベテラン従業員の４倍である。また、対応できる鶏種の幅が広く、ブロイラーのほか、地鶏など骨の形状やサイズのバラツキが大きい鶏種にも対応可能である。

トリダスは国内で急速に普及し、17年末に国内の累計販売が900台に達している。国内には競合メーカーがなく、数社の海外メーカーがモモ肉の脱骨機械を販売している。しかし、

トリダス・マークⅡ（写真：前川製作所提供）

海外メーカーの機械は脱骨された肉の形状が悪く、日本の消費者ニーズに合わなかったため、導入に至らなかった。

現在、トリダスは国内で独占的な地位を有している。手作業で脱骨している小規模な一部の処理場を除いて、９割以上の処理場に導入されている。

2　海外製品との比較

大量処理のニーズ等を反映して高い処理速度を有する海外メーカーの主要機械と比較すると、トリダスの特徴として、①モモ肉の機械への投入作業がシンプル、②脱骨工程の全自動化、③モモ肉の個体差に対応できる、という強みがある（第１表）。

トリダスは骨付きモモ肉に切れ目を入れる等の事前処理が不要で、クランパ（モモ肉をつり下げる部分）にひっかけるだけで投入できる。脱骨工程の全自動化は、省力化につながるほか、従業員の熟練さに関係なく作業が可

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1表 トリダスと海外主要製品との比較

	処理速度（本/時間）	機械への投入作業	自動化の程度	個体差への対応
前川製作所（トリダス）	1,000	骨付きモモ肉をクランパにひっかけるだけ。	全工程が自動化。	対応できる。
A社	4,000前後	ひっかけるタイプではなく、骨付きモモ肉の両端を機械に固定する。	切れ目を事前に手作業で入れる必要がある。	対応できない。
B社	5,000前後	骨付きモモ肉をクランパにひっかけるだけ。	脛部と大腿骨部を2回に分けて脱骨するため、途中で手作業が生じる。	対応できない。

資料　各社のHP等を参考に作成

能となる。

また、センサーで骨の長さ、ひざ関節の位置を測定することで、モモ肉の個体差をカバーして適切に除骨できる。高い歩留りと仕上がりの美しさも特徴である。これまで、個体差に対応した製品はトリダスしかなかった。(注1)

3　トリダスの海外展開

トリダスは、国内市場のニーズに合わせて開発されたものであるが、海外にも輸出されるようになっている。17年末時点で海外での累計販売は800台で、国内販売に迫る勢いである。10年頃から国内は更新需要が中心となり、前川製作所は販売の主軸を海外に置き始めている。

海外では高い歩留まりと残骨の少なさが評価されている。ブラジルとタイでは、日本向け鶏肉輸出に際して、日本規格に合致させるため、トリダス導入が進んでいる。

また、現地向け鶏肉需要のために導入された事例もあり、欧州とアメリカの販売は100台超となった。今後は、人件費上昇に伴い、処理場の自動化ニーズが強まるメキシコや、EU向け輸出が増加するポーランドで、販売余地が大きいという。

トリダスが海外で順調に展開できる要因として、優れた技術のほか、前川製作所の顧客に寄り添う姿勢があると考えられる。導入に際して、顧客の要望を受けトリダスのカスタマイズなどを実施している。また、地域ごとに異なる鶏の骨格に応じ、事前テストなどを行うことで、処理の品質確保に努めている。

さらに、アフターサービスも重視している。遠隔監視システムを搭載し、運転状況をモニタリングすることで、故障発生時の対応を迅速化している。

4　骨抜き肉を食べる傾向と今後に向けて

アメリカではマクドナルドとバーガーキングは骨抜き肉のみを提供するようになった。また、ケンタッキーフライドチキンも骨抜き肉のメニューを増やし、８割の鶏肉が骨抜きで提供されるようになっている。(注2)

ファストフードチェーンをはじめ、食生活の利便化の下で鶏肉の消費形態が変化していることや、人件費上昇などから、様々な部位に対して高い水準を満たす脱骨機械へのニーズが高まっていくものとみられる。今後、世界の食鳥処理自動化へ日本企業の技術力が一層貢献していくことを期待したい。

（チョウ　ギョクリョウ）

（注１）最近、海外メーカーはX線技術を用いて個体差に対応した製品開発を行っている。

（注２）詳しくは下記のニュースを参照されたい。CBS News,“KFC chicken going boneless”, 04.05.2013.

Ｅコマース企業の参入で激変する中国生鮮食品市場

理事研究員　阮　蔚

中国の生鮮食品の流通・小売りに激変の兆しが表れている。Ｅコマース（電子商取引）で中国トップのアリババと２位の京東（ジンドン＝JD.com）、中国のSNSトップのテンセントがそろって海鮮、食肉、青果物など生鮮食品を強化しているからだ。従来のネット販売に加え、生鮮食品スーパーの展開にも乗り出し、ネットとリアルの融合を志向している。生鮮食品はネット小売りで「未開の大陸」と目されており、ビッグデータやAI（人工知能）の活用などで、新たな流通革命が起きる可能性が高まっている。変化の大波は、流通・小売りにとどまらず、海外生鮮食品の輸入増をもたらし、それに対抗するため国産農産物の品質向上、ブランド化、トレーサビリティが促される可能性がある。日本の農業関係者は中国で進展する変化を注視する必要があろう。

１　ネット＋リアル店舗で相乗効果発揮

アリババが2016年に上海に１号店を開店した生鮮食品スーパー「盒馬鮮生（フーマー・シェンション）」は、来店者が購入商品を持ち帰るだけでなく、配送を依頼することができ、さらにネットにシフトして注文・自宅配送してもらうことも可能であり、客の多様なニーズに対応できる融合型店舗となっている。こうした店舗は商業地や住宅地に立地しているため、配送は３km圏内であれば無料で原則30分以内で行われる。それよりも遠い場合は有料だが、90分以内が基本である。すなわち、店舗を顧客に近い配送拠点として競争力を高める発想である。

18年３月に盒馬鮮生を視察して驚いたのは、海鮮、野菜などの新鮮さと果物、食肉も含めた商品全体の価格の安さである。それが産地や生産時期の表示などトレーサビリティと組み合わされ、「安全、安心、お得」という生鮮食品小売りの重要な要素を満たす形となっている。顧客は何回か店舗を訪れ、鮮度や品質に関する信頼性を確認して、ネットの注文に転換していく流れとなっている。顧客の平均購入回数は１か月５回程度で来店とネットの注文が半々という購入スタイルである。ただし、１号店ではネット注文の比率が70%を超えており、リアル店舗がネット注文の呼び水となり、ネット主体の購入に移行する姿がうかがえ、これこそリアル店舗開設の最大の目的である。

盒馬鮮生は、上海にある15店舗のうち開店から１年以上たった店舗はすべて黒字化しているという。ネット注文には会員になる必要があり、１店舗当たり20万人の会員を抱え、上海全体では300万人に達している。単位面積当たりの売上げは店頭のみの一般的な生鮮スーパーの４～５倍であり、店舗効率は極めて高いことも注目する必要がある。

２　コールドチェーン・ビッグデータ・自動決済

京東の展開する「７Fresh」は、18年１月に北京に１号店がオープンしたばかりだが、京東はネットの「京東到家」で生鮮食品のネ

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ット販売を早くから始めており、生鮮食品の物流基盤ではアリババを上回っている。中国に324あるとされる100万人都市の大半をカバーする11の大型冷蔵・冷凍倉庫（深冷、冷凍、冷蔵、チルドの４つの温度帯での管理）と3,300の冷蔵・冷凍配送センターを全国に整備している。生鮮食材は収穫の当日または翌日に顧客に配送可能な体制である。京東は日用品、家電、衣料品などのネット販売でも自社配送網を構築し、生鮮食品でも物流能力で先行している。アリババは一般のネット通販ではサード・パーティー・ロジスティクス（物流業務の外部委託）に依存しているが、生鮮食品ではコールドチェーン物流専門企業の「安鮮達（アンシェンダ）」を買収し、基盤としている。

盒馬鮮生、７Freshともに店舗には5,000～6,000の商品が置かれているが、これらはネット注文を含めた顧客の購入履歴のビッグデータ分析によって得られた売れ筋商品である。商品の約半分が野菜、海鮮、食肉、乳製品、果物などであり、そのうち北米産ロブスター、アラスカ産のカニ、タイ産のエビ、ノルウェー産のサーモン、フランス産のカキ、北海道産のホタテ、太刀魚などの海鮮や、米国産リンゴ、チリ産チェリーなどの果物はグローバル調達に支えられている。産地からの直輸入で輸入量も多く、またデータ分析によって廃棄ロスを減らしているため、例えば米国産チェリー、リンゴであっても米国のスーパーの店頭価格とほとんど同じであるという。

データ活用は国産野菜ではもっと徹底している。盒馬鮮生では「日日鮮（当日完売）」ブランドの野菜を販売しているが、その商品は上海市内の店舗向けに上海周辺の８か所の契約農場から調達している。季節ごとに各野菜の１日の販売量を予測し、地方政府の力も借りて、契約農場に対して品種、施肥、生育期間などを指定し、収穫・出荷をきめ細かく管理している。盒馬鮮生側では納品時に品質検査を実施し「日日鮮」ブランドに適合する商品しか店頭に出さないため人気が高く、夕方にはほとんど売り切れている。売れ残りが出そうな場合、夕方に常連客に値引きの告知メールを出し、完売を目指す。データ活用は廃棄ロスを削減する大きな力となるわけだ。

北京の７Freshでは来店客がスマホで自動カートとリンクすると、カートが客を追尾し、客は商品カゴを持たずに店内を動くことができる。支払いは顧客がレジに並ばなくても、自動カートがバーコードの自動読取りで決済するレーンに入り、自動決済され、自宅配送する仕組みも試行されている。訪問した際はトラブルで稼働していなかったが、世界の流通業界で注目されている。盒馬鮮生、７Freshやテンセントが新たに展開を始めた生鮮食品スーパー「超級物種（チャオジーウージョン）」では、決済の大半はアリババ系の支付宝（アリペイ）か、テンセント系の微信支付（ウイチャットペイ）である。生鮮食品スーパーそのものが勃興する中国のデジタル経済の大きな潮流のなかにある。

3　デジタル経済の波が日本にも

中国発のネットと店舗の融合型の生鮮食品小売りは日本にも大きな影響を与えそうだ。第１に、日本の海鮮、果物、和牛、コメ等は中国で人気が高く、アリババ、京東などの日本からの調達がさらに拡大する可能性がある。第２に、日本でも生鮮食品のリアル店舗とネットの融合が進むのは時間の問題であり、生鮮食品の生産者はそれに対応する柔軟性が求められるであろう。デジタル経済の波が日本の農業、漁業に打ち寄せ始めたと言えよう。

（ルアン　ウエイ）

歴史からたどる漁業制度の変遷 その5

――明治漁業法と漁業向け資金――

主任研究員　田口さつき

1　旧漁業法への不満

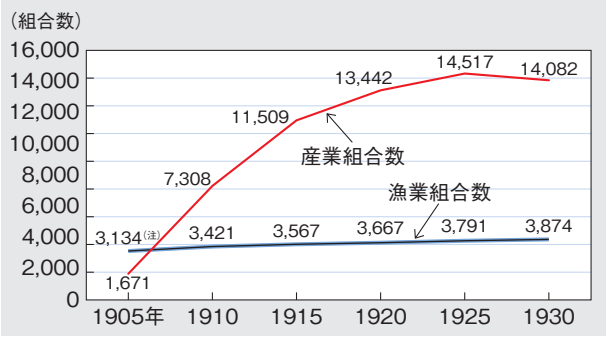
1901年(明治34年)に漁業法が成立したが、その後、漁業者の資金難と漁業組合の事業の制限が課題となった。

漁業のための資金について、特に沿岸漁業では、零細な漁業者が資金を獲得することは難しかった。その要因として、収益が天候など自然条件に左右されること、水産物は腐敗しやすく担保にしにくいこと、漁業者が担保にできる資産を保有していなかったことなどが挙げられる。

同じ第一次産業である農業では、産業組合法(1900年制定)により各地で産業組合が設立され、農業資金への貸出も行われるようになってきた。そして、1906年(明治39年)の産業組合法改正により、産業組合は信用事業と購買事業などの他事業を兼営できるようになった。1910年代半ばには、産業組合数は１万を超えた(第１図)。

一方、漁業組合は、沿岸地域などに生産の場が限定されていることもあり、その増加は都市型の信用組合なども含む産業組合に比べれば、緩やかだった。また、事業内容については、漁業権を受ける団体として旧漁業法で位置付けられていたため、漁業組合が漁業権を売却して漁村を崩壊させることがないよう経済事業等は想定されていなかった。しかし、それでは製氷事業など漁業者が共同で利用する事業を漁業組合は行えず、不便であるという意見が増していった。

第1図　組合数の推移



資料　農林省『漁業組合要覧』『農林省統計表』、農商務省『産業組合要覧』『農商務統計表』
(注)　1906年末の漁業組合数。

2　物権と看做された漁業権

このような背景から旧漁業法は1910年(明治43年)に改められた。これ以後の漁業法は明治漁業法と呼ばれる。同法第７条「漁業権を物権と看做し土地に関する規定を準用す」により、漁業権は抵当権の目的(担保)となることが可能となった。ところで、1910年には定置漁業権と区画漁業権の半数超、特別漁業権の２割を個人や会社が単独で漁業権を免許されていた(第１表)。明治漁業法の下、これらの漁業権者である個人(もしくは法人)が資金を借り入れることは、制度上は可能であった。

しかし、1921年(大正10年)８月22日付の東京日日新聞によれば、「本邦には古来漁業を以て最も危険なる事業の一なりとする思想が横溢して金融業者が努めて彼等との取引を回避し来れる」と、漁業者が資金を調達することは難しかった。

第1表　所有者別漁業権の割合の推移

(単位　%)

	定置漁業権		区画漁業権		特別漁業権	
	組合単独	個人・会社単独	組合単独	個人・会社単独	組合単独	個人・会社単独
1910(明治43)年	23.8	54.0	13.1	62.2	35.5	23.5
1937(昭和12)	44.5	41.3	32.4	48.2	53.6	15.1

資料　農商務省水産局『水産統計年鑑』(1911)、水産社『日本水産年報. 第2輯 戰時體制下の水産業』(1938)
(注)　漁業権を共有する場合を除いた。

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

1925年（大正14年）６月20日付の大阪毎日新聞では、「我国の漁獲物は年額平均約四億円に上り主要産業であることはいうまでもない。所でこれが資本勘定とも目すべき漁業権は推定総価格二億五千万円、漁船は二億七千万円、養殖場は一千二百万円と農林省で調査している。」と、漁業権などの推計額が示された。これに対し、「現在漁業権を抵当として資金を借りておるものは約二百万円に過ぎない状態である。」と、漁業権を抵当にした資金がほとんど供給されていなかったことがわかる。その理由として、「漁業権は登記されてあるから抵当とすることは出来てもこれに伴う設備器具などを包括することが出来ないため抵当価格が頗（すこぶ）る安く」（前掲の大阪毎日新聞）なったとされる。

3　漁業組合の共同施設事業

零細な漁業者にとって、自分で設備投資するより、漁業組合が整備する共同施設を利用することのほうが現実的だった。

改正法以前にも共同施設はあったが、明治漁業法の第43条では「漁業組合は漁業権若（もしく）は入漁権を取得し又は漁業権の貸付を受け組合員の漁業に関する共同の施設を為すを以て目的とす」と、漁業組合の共同施設事業を認めた。

これに伴い、政府は1911年（明治44年）に日本勧業銀行法、農工銀行法、北海道拓殖銀行法を改正し、漁業組合が共同施設事業のための資金を低利かつ無抵当で受けられるようにし、「漁業組合資金取扱順序」（1911年）を定め、資金を借り入れることが可能な組合の要件を示した。

水産統計年鑑（1920）によると、1917年に調査した漁業組合（3,600組合）のうち、1,981組合が共同施設事業を行っていた。共同施設事業のうち、最も多かったのが「共同販売」（591組合）で、次に「水産増殖」（387組合）、「遭難救恤（きゅうじゅつ）」（252組合）、「物資貸付」（151組合）であった。これは、組合員の要望の高さとともに資金の調達も関係していたと思われる。

第2表　使途別低利資金の供給状況（1911～1918年度）

（単位　円）

共同販売	532,290
漁業資金	323,600
漁船漁具	237,200
共同購買	226,900
その他	115,200
防波堤その他工事	110,900
負債償還	84,300
繁殖保護および人工養殖	57,450
共同運搬	17,000
共同製造	8,300
計	1,713,140

資料　農商務省水産局『水産統計年鑑』（1918）

漁業組合に対する低利資金は1911年度から1918年度までで計1,713,140円が供給された。なお、1914年は低利資金の供給は行われなかった。この資金の使途は、共同販売が最も多かった（第２表）。

しかし、共同施設事業を行うためには漁業組合の規約の改正が必要であったうえ、組合の登記が義務付けられ(注)、その手続きに時間がかかった。岩手県漁業史では、「（漁業組合資金取扱順序が）組合成立後三年を経過し、基礎鞏固（きょうこ）にして信用ある組合に限るとしていたこともあり、折角このような制度ができたとはいうものの、組合の中には希望しても受けられないところもあった。又融資わくも毎年水産局から示され、その範囲内で行われることからこの面でも希望を入れられなかった組合がかなりあったことは否めない」（487頁、（　）内は筆者補足）とあり、全国でも同様の事態が起こっていたと想像する。

＜参考文献＞

・岩手県（1984）『岩手県漁業史』
・神戸大学経済経営研究所 新聞記事文庫・水産業（５-073）東京日日新聞 1921.８.22（大正10）「窮境を脱せんため水産金融疏通の計画」
・神戸大学経済経営研究所 新聞記事文庫・金融及金融機関一般（５-142）大阪毎日新聞 1925.６.20（大正14）「水産金融の解決難」

（たぐち　さつき）

（注）1910年４月に明治漁業法が改正されたことを受け、同年11月に漁業組合の設立、会議を定めた「漁業組合令」が公布された。そのなかで漁業組合の登記が義務付けられた。

農業経済学専攻学生の視点から農協組織の課題を考える

専任研究員　坂内　久

年度が改まり新卒の職員や社員が配置された職場も少なくない。取組みの早かった人は卒業や修了年度の開始直前の昨年3月から希望する業種や組織について、具体的に調べまた話を聞いて相応の知識を得たことであろう。そうであれば、就職前から彼らはその組織にとっての良き理解者である。

そうした強い関心を寄せる前の大学生の視点をもとに、農協組織の課題を整理してみる。2年生20人余が半日ほどの農協に関する講義の後に、「自分にとっての発見」をレポートしたなかから要点を引用したものである(「　」の中の(　)は筆者の補足)。

「農業経済を専攻していたにも拘らず、農協についての知識がほとんどなかった。」

「正組合員と准組合員という種類があり、正組合員が減少して准組合員が増加していることを知らなかった。またJAバンクシステムが良くわからなかった。」

「(農協連合会の業務で、)都道府県段階の業務と全国段階の業務を同一機関が行っていること、同一県内で農協の合併が進んでいること、一つの県に一つの農協しかない県もあることに驚いた。」

「今までは農協組織の腐敗した面などが大きく取りあげられよく目にしていましたが、農協の厚生事業など良い面もあることに気付かされたという点で役に立った。」

「自分の地元にも厚生連病院が存在するが、JAが経営していることを知って、農業以外においても地域に大きな影響を与えていることを実感でき役に立った。」

「農協の事業でとても興味深かったのは厚生事業で、農山村地域の保健、医療、高齢者福祉を支援していることをはじめて知って大きな発見だった。一方、組合間で合併が進んでどういうメリットがあるのか気になった。」

「JAが想像以上に多くの事業を運営しているので調べてみた。農協観光が農業関連だけでなく通常の観光を軸にしていることや、日本農業新聞の存在は知っていたが、JAグループの事業だとは知らなかった。」

「農協に自分の想定を超え、多くの事業があることに驚いたが、そこで農協がどのような役割を果たしているのか調べてみたい。ただ不明なのは、全国の農協数は減少傾向だが、地域差があるのはなぜかという点である。」

簡略化すると、農協について学ぶ機会、正組合員と准組合員の相違、農協合併の背景、市町村・都道府県・全国の地域3段階体制での農協と連合会との関係、単協の多事業兼営と連合会事業の結節、厚生事業に代表される社会貢献である。学生は農協組織の当事者ではなく第三者であり、その観点から感想や疑問を提示している。それだけに基本的な課題を多く含んでいる。

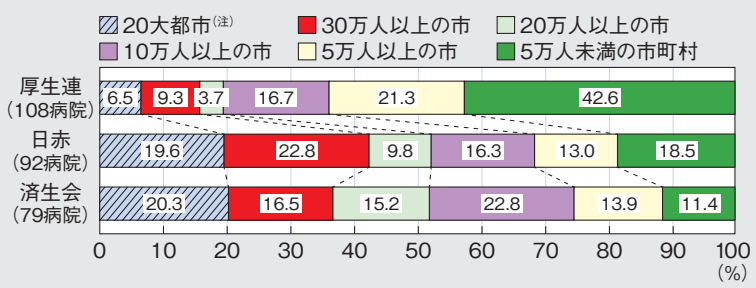
1　自己改革で大切な第三者視点

農協組織は現在、「自己改革」の真っ只中にある。そこでは第三者視点が大変重要である。レポートにあがった疑問や感想は多岐にわたるが、そのなかに第三者にとって最も理解が難しい単位農協と連合会の事業の結節と、最もわかりやすい社会貢献があがっている。

単位農協は、多事業兼営方式で事業を横に展開する。それらからすると縦に展開する連

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1図　公的医療機関の立地地域別病院数の割合



資料　全国厚生農業協同組合連合会「平成29年版　厚生連事業の概要」2017年3月31日現在
（注）「20大都市」＝政令指定都市

合会事業、とりわけ事業の結節の必要性を踏まえた体系的な説明が決定的に不足していると感じる。例えば、単位農協や各連合会のホームページ、ディスクロ誌等を見る限り、縦横の結節については、単に「こうなっています」といった説明に終始するのみで、結節の必要性についての解説が欠けている。それゆえ消化不良のままになってしまう。

一方、農協が出資するのみで経営に直接タッチするわけではない医療や高齢者福祉について、都道県厚生農業協同組合連合会（厚生連）の事業を講義すると、すぐに上記のような反響がある。ここに掲げた図を介し、他の公的医療機関と比較すると、厚生連の病院が人口の圧倒的に少ない農村地域を中心に設置され、医療・福祉サービスを提供して、農協が間接的に地域社会に貢献していることが一目瞭然というわけである。

2　地域社会から理解される地域貢献

近年、組織の内外から農協の地域貢献が話題に上る。地域社会で具体的にどのような役割を果たしているのか、組合員当事者から理解を得るのは当然であるが、地域の第三者に理解してもらう努力が充分かどうか。農協組織は「生活者のくらしの主要な分野で総合化・専門化し、（中略）なくてはならない存在として社会に認知される」（和田）ことが期待され、また農協は「農業・農村への貢献という役割を担っており、それは同時に、農協自身の存立基盤を維持していくという観点からも重要な意味をもつ」（原）、と近縁の第三者からも、指摘されている。

農協組織が各種媒体を通じ「地域貢献」を主張するのは当然としても、それが地域社会から確かに役立っていると認められることが大事である。それを確認できるのは当事者ではなく、第三者からの評価、結果としての評判である。シャイなのか質実剛健というのか、農協組織は不言実行と結果を示すことで評価が得られると考えている節がある。

国公私立を問わず、身近であるはずの農業経済学を開講している大学にあっても、農業協同組合論や農業団体論、協同組合論の講義や専任教員が少なくなりつつある。実社会ではなおのこと農協について体系的に学ぶ機会は少ない。

地域社会の主体は生活者であり、それに准組合員が含まれることは捨象できない事実である（拙稿）。多事業兼営の農協が地域社会にどのように貢献しているのか。それらの事業にいかなる必要性から連合会の専門化した事業が結びつき、どういった役割を果たしているのか。これらをトータルで第三者に解題する機能・役割が、今日ますます重要になっている。

＜参考文献＞

・全国厚生農業協同組合連合会（2017）「平成29年版　厚生連事業の概要」
・全国農業協同組合中央会（2018）「JAグループとは何か」『JAファクトブック2018』２月、14～15頁
・原弘平（2017）「信用事業分離をどう考えるか」『にじ』JC総研、臨時増刊号、96～99頁
・坂内久（2015）「『准組合員問題』とは」『農業信用保証保険』農林漁業信用基金、vol.３、16～22頁
・和田寿昭（2017）「協同組合の価値・役割を日本社会でさらに広げていくために―政府規制改革推進会議の意見など農協グループへの圧力にどう対抗していくか―」『にじ』JC総研、臨時増刊号、36～39頁

（ばんない　ひさし）

JAぎふにおける農業融資の取組強化

主任研究員　小針美和

1　自己改革を端緒とする農業融資の取組強化

岐阜市など６市３町を管内とするJAぎふでは、これまでも営農経済事業が中心となり、地域農業振興を図っている。しかし、自己改革の検討の過程で、農業者の所得増大を実現し、組合員からの支持を高めるためには、従来の営農経済部門を中心としたものだけでなく、信用事業も含めた総合的な農業者へのニーズ対応が必要であるという認識を強くした。

そこで、2016年４月に機構改革を行い、金融部に農業融資専門担当部署「農業金融サポート室」（17年４月から農業経営サポート室に名称変更、以下「サポート室」）を新たに立ち上げ、農業融資の強化を図ることとした。

2　農業者の声を聴く
―担い手農業者への訪問―

サポート室としてまず取り組んだのは、担い手農業者を訪問してニーズを把握することだった。常勤役員による認定農業者の訪問活動に同行するなどして、担い手農業者の声を聴きつつ、JAとして新たな部署を設立して農業融資に注力していることを農業者に伝えていった。

訪問を重ねるなかで、規模拡大を志向する農業者、とりわけ法人ほど資金ニーズが高く、金融機関によりタイムリーでスピーディな対応を求めていることがわかった。例えば、稲作農家の高齢化やリタイアが進行するなかで、稲作農業法人には毎年５～10haの農地を引き受けてほしいという要望があり、それに対応するには先行的な機械投資が必要となる。また、規模が大きいほど栽培期間中の資材費や雇用賃金の支払額が増え、収穫時までのつなぎ資金のニーズが高まる。

一方で、このような法人は独自調達・販売の志向も強く、営農経済事業の利用が減ってJAとの関係が希薄になりがちであるため、「組合員の資金ニーズへの対応」が新たな接点となり、JAとの関係の再構築にも有効であることがみえてきた。

現在、農業者のニーズ把握のための取組みは、担い手のタイプに合わせて重層的に行われている（第１表）。サポート室では、農業法人、指導農業士、青年農業士等の将来的な地域の中心的な担い手となりうる農業者をメイン強化先として重点的に訪問し、関係強化を図っている。

第1表　JAぎふにおける農業融資強化に向けた取組みのポイント

取組項目	概要	
金融部門の体制強化	農業融資専任担当部署（サポート室）の設置、専任担当者の配置（17年度に2名→3名に増員） 率先した資金対応、支店サポート	
	担い手農業者のニーズに対応した融資商品の開発・導入	
担い手農業者のニーズ掘り起こし	重層的な訪問活動	サポート室による農業法人、指導農業士等のメイン強化先訪問
		役員等による認定農業者への訪問
	営農経済職員奨励制度の導入による営農経済職員からの情報の掘り起こし	
事業間・本支店連携の強化	営農部、金融部、担当支店が参加する融資の審査会	
	「担い手訪問管理システム」を活用した担い手農業者に関する情報共有	
	サポート室職員と営農経済事業職員、信農連職員等との同行訪問	
	農業融資の重要性の再認識、知識向上のためのJA内での勉強会	
連合会のサポートの活用	信農連創設のトレーニー制度活用による農業法人への融資対応のノウハウ向上	
	アグリサポート資金や利子補給等の支援メニューの活用による融資商品の商品性の向上、農業者への提案力強化	

資料　JAぎふ提供資料等をもとに作成

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

3　横の連携―事業間連携―

JAぎふの農業融資の取組みのもうひとつの特徴は、信用事業と営農経済事業の連携強化にある。例えば、JAぎふには事業内容を評価して融資判断するJA独自の農業経営サポート資金「あぐりサムライ」があるが、その審査では、本店の営農部と金融部、実行後の窓口と進捗管理を担う支店(営業店)の職員が参画して「審査会」を開催する。

審査会では、融資希望者が提出した過去３年の事業実績と今後５年間の計画等をもとに、経営内容や財務状況、事業の計画性を検討する。立場の異なる三者の協議によって、それぞれの専門を生かしつつ、事業間や本支店の枠を超えて包括的に事業内容を検討することで、融資判断の確実性を高めるとともに、職員の農業経営に対する理解や事業間の連携を深めることにもつながっている。

融資後も、支店の融資担当者や営農経済事業職員による定期的な訪問のほか、決算後には速やかに融資先の財務内容の確認とヒヤリングを実施し、それらの情報をフォロー活動に生かしている。

また、事業間の情報共有を進めるため、担い手農業者ごとの経営概況やJAの利用状況、訪問での対応内容等を記録して共有するとともに、相互のコミュニケーションが可能な「担い手訪問管理システム」を新たに導入した。担い手農業者と直接接する機会の多い役員、TAC等の営農経済事業職員、サポート室職員とその管理者がタブレット端末を保有し、タイムリーに情報を把握できる。

さらに、毎月の営農経済部門担当者の会議にはサポート室のメンバーも参画して相互に情報交換を行っている。

4　縦の連携―連合会のサポートの活用―

本格的な農業法人への融資対応や事業性融資の導入といった新たなチャレンジにあたっては、連合会によるサポートの存在も大きかったという。サポート室職員が法人融資ノウハウや法人の事業性評価の手法を習得するにあたっては、岐阜県信農連による農業融資専任担当者のトレーニー制度を活用した。また、岐阜県域では統一の農業資金「アグリサポート資金」の要件拡充のほか、利子補給や保証料助成等の支援メニューも充実させている。それらを活用することで、より有利な条件での融資等の提案が可能となり、農業者への訴求力の向上につながっている。

このように、総合事業性とJAバンクによる機能強化という縦横の連携によって、他金融機関には真似のできないJAならではの農業融資体制が構築されている。

5　農業融資の伸長と好循環

サポート室の設置前までJAぎふの農業融資残高は減少傾向にあった。15年度末の残高は10億円を割り込んでおり、融資担当でも農業融資はほとんど経験がないという職員も少なくなかったという。

しかし、上述の取組みにより、農業融資に携わる機会が増えるなかで、融資担当者の農業経営に対する理解、農業融資の重要性の認識も高まっている。農業融資残高も、16年度末に12億８千万円、17年度末には20億７千万円と大きく増加した。取組みの成果が実績につながり、それが職員のモチベーション向上につながるという好循環が生まれている。

JAぎふでは、農業機械・施設貸与(リース)事業の融資化や、青年農業者を対象とした農業者経営セミナーの実施、税理士とタイアップした農業経営の個別相談等の経営サポートの拡充も進めている。農業者との関係のさらなる深化に向けた今後の取組みにも注目していきたい。

（こばり　みわ）

園芸専門農協にみる共同利用施設の運営

主任研究員　若林剛志

1　共同利用施設の運営

組合が資産として保有し運営している共同利用施設は、その利用度合いが組合収支に影響を及ぼす。特に、施設利用実績が規模や能力を大きく下回ると、稼働率の低さから施設の収支にマイナスの影響を及ぼし、組合の経営上で無視できなくなることが多く、組合員が施設の継続を望んでも、統廃合を余儀なくされる場合もある。

それでは、施設の稼働率を維持するために何ができるであろうか。園芸専門農協である共和園芸農協の選果場を例に共同利用施設の運営を考えてみたい。

2　共和園芸農協の施設運営方針

長野県にある共和園芸農協は、２つの大字を地区とし、リンゴを栽培する300人ほどの組合員によって組織されている。事業は指導、販売、利用事業が中心である。

共同利用施設である選果場は１つであり、その収支は組合経営に大きな影響を及ぼす。したがって、その円滑な運営は組合の生命線でもある。選果場は１つしかないため統廃合による合理化という選択肢はない。

選果場の運営収支を保つために組合自らの努力で可能なことは限られている。まずは施設の継続運営が可能な取扱量を維持することと、運営費用を抑えることである。取扱手数料の引上げもあるが、現在のところ考えられていない。

3　運営費用抑制の取組み

最近の運営費用抑制への取組みとして、選果場稼働期間の長期化による稼働率の平準化が図られている。同県下の別産地の選果場より２か月ほど長く稼働し、選果場の能力を効果的に活用しながら稼働率を平準化することに取り組んでいる。

また、共選共販を実施しており、単一品目なので品目に応じた選果場ラインの仕様変更はなく、そのための調整費用は不要である。

このほか、費用抑制の取組みとして選果場関連資材費の流出抑制にも取り組んでいる。これは、組合役職員の手で処理可能な工程のある関連資材を、処理前の状態で業者から受け取ることで現金支払額を節約する取組みである。組合役職員は、空き時間を活用し、処理作業をすることでこれを実現している。

4　取扱量維持の取組み

取扱量を維持する取組みには、①組合員の総経営面積の維持、②反収の増大、③組合員の選果場利用率の引上げ等の方策があり、同組合ではそれぞれ次のように対応している。

①の総経営面積の維持については、新規就農者や定年帰農により専業的に農業経営を行うに至った組合員への指導を行うことにより、遊休農地の発生を防止しながら組合員の総経営面積の維持に力を注いでいる。ただし、現在のところ、個別組合員の農地の賃貸借には関与していない。

②の反収の増大については、改植とともに高密植わい化栽培の導入等を進め、高反収と組合員の生産量の増加を実現しながら取扱量の増加をめざしている。

③の組合員の選果場利用率は高く、組合員

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

の販売量に占める農協出荷量の割合は９割以上である。収穫期が遅く、贈答用に向く品種の直接販売需要に、組合員が個別に対応することを除けば、ほぼ全量が同組合に出荷されている。同組合から出荷される生産物は、市場でも一定の評価が得られており、加えて組合による実需者への直接販売も順調である。こうした評価や実績は、組合員が組合を通じて出荷しながら築き上げてきたものであり、現状を超える組合員の選果場利用率の向上は既に困難なほど高い。

同組合の組合員数は減少傾向にあるものの、以上のような取組みを進めるなかで組合員の総経営面積は10年間ほとんど変わらず、組合の取扱量も、豊凶をある程度ならせば一定水準以上が確保されている。ちなみに、リンゴの収穫量は全国的にも県全体としても減少傾向にある。

5　組合と組合員の伝統的で近しい関係

組合員が同組合に生産物を出荷し続け、それによって組合の選果場が機能している理由の１つとして、組合が組合員に真摯に向き合い続けていることを挙げておきたい。かねてより同組合の理念の筆頭には、「組合員の満足を第一に」が掲げられており、組合では「組合員ファースト」と呼んで役職員の行動規範となっている。そして、300人ほどの組合員と組合の距離は精神的にも物理的にも近い。

同組合は設立以来70年間地区を変えず、リンゴの販売を目的に築き上げられてきたのであり、組合役職員と組合員の相互に顔を突き合わせたやりとりは、地区の狭さも幸いして、たちどころに可能となっている。また、あるほ場で収穫の手が不足していると聞けば、組合役職員が即座に手伝いに行く。

加えて、選果場収支の透明性にも特徴があり、組合は選果場の運営が困難となる取扱量の下限を開示し、組合員と情報共有している。取扱量は座談会や総会資料でも示され、組合員にとってわかりやすい指標であり、組合員はその水準を上回る限り、自らの組合の活動が持続可能であることを知るのである。

6　改めて組合への力の結集を考える材料に

農産物の需要量の減少、組合員の販売先の多様化や経営規模拡大による自前施設への投資と運営等により組合の既存共同利用施設の運営が難しい局面にあるなか、最近の総合農協の共同利用施設に関する取組みは、省力化、効率化に傾きがちである。

この事例を紹介した理由は、組合員が組合による施設の機能維持を望み、組合の施設は自分たちのものであるという当事者意識を持っていることと、組合役職員も組合員を第一に考え行動していることにある。もちろん施設の省力化や効率化によるコスト削減の努力は必要であり、それが施設利用を促すことや、施設運営の継続に寄与することもあろうが、こうした取組みにより生じる利用は概して営利企業のそれと変わらない。だからこそ、共和園芸農協は、省力化や効率化だけでなく取扱量にも重点を置き、施設運営の収入と支出の両面から対応しているのである。

同組合の取組事例は、ともすると伝統的手法であり、多くの組合で取り組まれていることかもしれない。しかし、同組合の取組みの程度は参考になるのではないか。旧来の範域でよく知った仲間同士が、リンゴの販売という目的のために組合を通して活動し、共販率を高めながら結果的に施設運営が可能な量をそろえている。同組合の事例は、言うは易く行うは難い組合への力の結集のあり方を改めてみつめなおす材料の１つであるように思われる。

（わかばやし　たかし）

横展開が進む浜の活力再生プラン
――次期プランを見据えて――

研究員　亀岡鉱平

水産庁による漁村振興策であり、漁協単位の取組みを通して漁業者の所得１割向上を目指す「浜の活力再生プラン」は、今年度(2018年度)、全国の多くの漁協で最終年となる５年目を迎える。実績がそろいつつあるなかで、昨年度は、全漁連を中心として漁協系統内への横展開(優良事例にかかる情報共有)が図られた年でもあった。今回は、横展開の動向を振り返りながら、次年度からの次期プランでポイントとなる点は何か考えたい。

1　2017年度の横展開の動向

17年度の浜プランにかかる横展開の動向として、①ブロック推進会議の開催、②優良事例表彰の実施、③浜プラン専用ホームページのコンテンツ充実の３点が挙げられる。

①は、全国を５つの地区ブロック別に区分けして優良事例を募り、系統および行政庁職員を対象として、取組内容について理解と周知を深める目的で行われたものである。全体を通じた傾向として、販路拡大、流通体制整備、新規就漁者確保といった内容に関する事例が多く見受けられた。

②は、①より踏み込んだ内外への情報発信を図るべく、有識者による検討委員会で全国レベルでの優良事例の選出を行ったものである(後述)。

③に関しては、「浜プラン. jp」として、県域、販路タイプ、取組タイプ、魚種タイプといった様々な観点から全国の浜プランを横断的に検索できるよう専用ホームページが整備された(第１図)。まだ全ての承認済みプランが収録されているわけではないが、現在の水産庁ホームページ上では、全国のプランの申請書を個別に読むことができるだけなので、「浜プラン. jp」は類似事例を探すなどの横展開を図るうえでは有用な基盤となっている。また、いくつかのプランについては、「浜プラン. jp」中に現状を深掘りしたコラムも掲載されるようになった。

第１図　「浜プラン. jp」トップページ

出所　http://hama-p.jp/
(注)　画像は18年4月10日時点のもの。

これらの横展開に関連する全国的な動向からは、プランを単に作成し実施する段階から、現在は、取組みを高度化させ、次期プランに発展的につなげていく段階に到達していることが読み取れる。

2　優良事例から何を学ぶか

先に触れた優良事例表彰の結果は、第１表のとおりである。受賞事例の取組内容自体は多様であり、共通性は小さい。しかし、それぞれ地域の課題と人的・物的資源に即した内容となっていること、そのうえで所得向上や地域内での取組みの浸透といった実績が出ていることの２点では共通している。

例えば、農林水産大臣賞を受賞した高知県

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

第1表　浜の活力再生プラン優良事例表彰の結果

賞	中心となった漁協	主な内容
農林水産大臣賞	高知県漁協清水統括支所	漁業者OBへの漁具作成委託、サバ蓄養体制の整備、土曜開市による水揚量の増加
水産庁長官賞	大阪府鰯巾着網漁協	イカナゴ・シラスの取引方法の変更（相対→入札）
	小川漁協（静岡県）	漁協女性職員を中心としたサバ加工品開発、「マルシェ」の開催による従来と異なる層への訴求
全漁連会長賞	上越漁協（新潟県）	加工品の統一ブランド・シリーズ化による地元PR
	尾鷲漁協早田支所（三重県）	定置網の担い手対策としての体験住み込み事業（「早田漁師塾」）
農林中央金庫理事長賞	国頭漁協（沖縄県）	異業種連携による観賞魚・食用活魚販売
共水連会長賞	小泊漁協、下前漁協（青森県）	メバルを活用したご当地グルメの開発、観光促進
漁済連会長賞	河内漁協（熊本県）	独自の味基準設定など集団的なノリ品質向上の取組み

資料　全漁連資料を基に作成

漁協清水統括支所の事例では、生産者および来遊する水産資源の減少による水揚量の減少・不安定化という地域の課題が自覚された。それに対して、①漁具作成を漁業者OBに委託することで現役漁業者の作業負担を軽減し出漁回数を増加させる、②ファインバブル発生装置を活用した蓄養体制の整備（以上サバ立網漁）、③土曜日開市による水揚量の増加、④漁場探索船による漁場情報の共有と操業の効率化（以上メカジキひき縄漁）といった対策が講じられた。

①はあまり類例のない内容の取組みであるが、この事例が高く評価されたポイントの一つともなった。その理由は、OBによる漁具作成が、地域に潜在する人的資源の有効活用とともに、世代間協働の機能を担ったためであると考えられる。そして、個々の取組みの積上げの結果、漁業所得は1,344万円（複数漁法の11～13年度平均）から1,621万円へと21%向上した。

この事例の取組内容そのものを他地区でそのまま適用することは困難であるし、有益とは言えないだろう。地域の課題は何であるか、地域にある資源をどのように活用すれば課題は解決に向かうのかを自覚的に考えることこそが肝要であり、優良事例からは課題に向かう姿勢を学び取る必要がある。その意味では、評価を得たプランはどれも独自性を備えたプランであったが、同時に最も汎用性のあるプランであるとも言える。

3　次期プランに向けて
―キーワードとしての異業種連携―

次期プランに向けての課題は、現行の浜プランの成果を基礎としつつ、取組みの継続と発展を実現することにあると考えられる。

「継続」に関しては、組織作り、ルール作りといった体制整備によって果たされる部分もあれば、より単純に構成員の若返りによる部分もあるだろう。

「発展」に関しては、「異業種連携」（ビジネスマッチング）がキーワードの一つとなるとみられる。浜プランの取組実態をみると、地域の魅力ある資源として水産物ないし漁業には存在感があるものの、慢性的な職員不足もあり、漁協系統内だけで行えることには現実的に限界があるように思われる。このような現状に対しては、異業種から提供されたノウハウを活用することによる新商品開発や販路開拓、ICT技術の活用によるイノベーションの創出等が期待されている。この点に関しては、全漁連の手によって『浜と企業のビジネスマッチング事例集』がまとめられていることからも分かるように、既に注目すべき事例が現れつつある。次期プランでは、漁協・異業種双方のニーズが的確に把握されたうえで、生産者にとって有益な連携が広がることが期待される。

（かめおか　こうへい）

組合員一人ひとりの“ふだんのくらし”がSDGsを体現

――パルシステムグループでのエシカルな消費への取組み――

主席研究員　河原林孝由基

1　組合員一人ひとりが受賞者

昨年末、国連が掲げるSDGs(注1)の達成に向けた優れた取組みを表彰する第１回「ジャパンSDGsアワード」が開催された。280を超える応募のなかから、パルシステム生活協同組合連合会（以下「パルシステムグループ」）が“「ほんもの実感！」くらしづくりアクション”の取組みにより「特に顕著な功績があったと認められる団体」として、「SDGs推進副本部長（内閣官房長官）賞」を受賞(注2)した。

パルシステムグループでは、“心豊かな共生の社会を創ります”の理念のもと、持続可能性を追求した商品や消費行動のことを「ほんもの」と表現し、“３つの行動テーマ”（第１図）を掲げ、2014年度から取り組んでいる。具体的には、①商品や背景を理解し、価格だけではない社会性や環境面の価値によって商品を選択する、②生産者やメーカーと直接触れ合える機会を増やし、作り手の想いを共有する、③作られた商品を感謝の気持ちで無駄なく消費し、食料廃棄を減らす等を推進している。「一人ひとりがくらし方を選択することで世の中を変える」ことが目標だ。

受賞者を代表し同連合会・理事長は、「商品を“選ぶ”ことで環境保全や地域の活性化につなげ、持続可能な社会づくりを目指すふだんの活動が評価された。組合員一人ひとりの“ふだんのくらし”が表彰された」と述べた。

2　産直で培われた精神

パルシステムグループは、関東地方を中心に商品や環境政策などの考え方を共有する１都11県の地域生協・子会社とその連合会組織による生協ネットワークである。会員生協の組合員世帯数は155万世帯、総事業高2,107億円、供給高1,517億円（17年３月末現在）で、産直事業を柱に組合員のくらしのパートナーとして幅広い業務を展開している。

同グループの商品は、産直産地や生産者、組合員がともに歩み、挑戦してきた歴史でもある。30年を超える産直の取組みのなかで、組合員が消費者の立場を超えて、同じ「生活者」として生産者とつながるという視点を培ってきた。

最初は自身の食の安全・安心を追求する組合員も、生産者との交流を通して産地の現状を理解し、関心は食卓の先にある地域の課題へと向けられていく。同じ「生活者」として、ともに健康で安心なくらしを実現するため、理解し合い、利益もリスクも分かち合える関係を築いていくことを第一に考える。それが商品づくりの基本であり、このような産直に対する取組みが、“商品づくり７つの約束”や“生活用品への６つの想い”（第２図）へと具体化していく。

第1図　「ほんもの実感!」くらしづくりアクション　3つの行動テーマ

3つの行動テーマ

Action 1
「ほんもの」の価値を知り、一人ひとりが選択しよう!

Action 2
「ほんもの」をつくる生産者・メーカーと会おう、話そう、伝えよう!

Action 3
「ほんもの」をおいしくムダなく使いこなそう!

ほんもの実感ロゴ

商品の背景にある物語や想いを伝える『パルシステム商品ブック』

出典　パルシステム生活協同組合連合会「パルシステムガイド2017」、以下同じ

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

3　身近な商品のこんなこともSDGs

消費者に「ほんもの」を届ける取組みについて、いくつか紹介したい。商品開発では、“7つの約束”にのっとって、いのちや環境に配慮した商品づくりを行っている。

18年３月現在、産直産地は386団体に広がり、産直米・産直青果のほか、オリジナル商品数は652点、産地で持続可能な生産をされた「産直原料」を生かした加工品は405点、組合員が開発に協力した商品は103点に及ぶ。

それら商品の一つ一つに、それを育む場所があり、作った人たちの生活や物語がある。その作り手の想いを伝え、商品やその背景を理解する取組みとして、30年以上前から産地交流を続けており、年間１万７千人が参加している。産地では、消費者と生産者が栽培方法や生産物の安全性を確認する「公開確認会」を実施して信頼づくりに努めており、その結果を定期的に情報発信している。

食べ物を無駄なく使いこなす商品づくりにも取り組んでおり、規格外となった産品の有効活用や市販品に比べ廃棄部分を減らす加工品の開発、食べ物を余さず使うくらしの提案をしている。

16年10月からは産直産地の資源によって発電したエネルギーを組合員に届ける電力事業(注3)も開始した。このほかにも、回収した牛乳パック類のリサイクル推進や、もずく購入代金の一部をサンゴの植付けに役立てる、環境保全型農業で田んぼに多様な生物をよみがえらせるなど様々な取組みを行っている。

第2図　パルシステムの商品づくり 7つの約束、生活用品への6つの想い

商品づくり7つの約束
1. 作り手と「顔の見える関係」を築き、信頼から生み出された商品をお届けします。
2. 食の基盤となる農を守るためにも国産を優先します。
3. 環境に配慮し、持続できる食生産のあり方を追求します。
4. 化学調味料不使用で豊かな味覚を育みます。
5. 遺伝子組換えに「NO!」と言います。
6. 厳選した素材を使い、添加物にはできるだけ頼りません。
7. 組合員の声を反映させた商品づくりを大切にします。

生活用品への6つの想い
「商品づくり7つの約束」にもとづき、生活用品へ向けて基本となる考えを、2016年に新たに定めました。
1. 商品の成分や材質の基準を設けて、安心で安全な商品をお届けします。
2. 森林を育み、「森」「川」「海」の環境を守り、石けん運動を広めます。
3. 再生原料の利用を推進し、限りある資源を有効に活用します。
4. 文化や技の継承・発展、国産のものづくりを応援します。
5. 「もの」を長く使い続ける良さを伝えます。
6. 組合員の声を反映させた商品づくりを大切にします。

これら取組みをSDGsとして設定されているゴール（目標）に当てはめてみるとどうか。消費者と生産者をつなぐ取組みは、直接的には目標12の「持続可能な消費と生産」に合致する。それだけでなく、貧困や飢餓、健康な生活、教育、クリーンなエネルギー、働きがいのある雇用、住環境、気候変動への対処、海や陸の豊かさを守る（目標１、２、３、４、７、８、11、13、14、15）といった様々な課題の解決にも貢献している。それを消費者と生産者とのパートナーシップ（目標17）により実現している。

SDGsの目標達成には「経済×環境×社会」の課題が複雑に絡み合っており、統合的・同時解決のアプローチが必要といわれる。パルシステムグループでは産直で培われた同じ「生活者」としての視点により、様々なステークホルダーを包摂し、統合的・同時解決のアプローチを可能にしている。

「ほんもの」を“選ぶ”こと、言い換えればエシカルな消費により、組合員の“ふだんのくらし”のなかにSDGsへの貢献の要素が自然に溶け込んでいるのである。

（かわらばやし　たかゆき）

（注１）SDGs（エスディージーズ、Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）は15年9月の国連サミットで採択された16年から30年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール（目標）・169のターゲットから構成される。詳しくは本誌「ライファイゼンの精神を今に―SDGs・パリ協定時代に生きるドイツ・エネルギー協同組合―」（2018年1月号第64号）で論じているので、参照されたい。

（注２）大賞の「SDGs推進本部長（内閣総理大臣）賞」は北海道下川町の取組みで、本誌「環境未来都市はSDGs未来都市へ―北海道・下川町でのSDGsを評価軸とする地域おこし―」（2018年1月号第64号）で紹介している。

（注３）本誌「エネルギーも産直の時代へ―パルシステムグループによる『電力の産消提携』の展開―」（2017年7月号第61号）を参照。

地域振興における大学の役割と推進課題

女子栄養大学 専任講師　平口嘉典

1　はじめに

近年、高齢化・人口減少が進行する農山村において、市町村や地域組織と大学が連携して地域振興に取り組むケースが多くみられる。筆者自身、ゼミや卒業研究の指導を通じて地域振興の実践に取り組む中で、みえてきた課題もある。本稿では、筆者が大学教育を通じて関与した地域振興活動の事例をもとに地域振興における大学の役割と推進課題について述べたい。

2　特産品開発プロジェクト―うどん編―

埼玉県H町は中間農業地域に位置し、比較的小区画の農地が沢沿いに点在している。1970年代以降、集団転作で大豆(白豆)を栽培する一方、黒豆も栽培し、特産化に取り組んできた。2000年に入り、手打ちうどんに黒豆を練り込んだ「黒豆うどん」が開発され、町の特産品として親しまれてきた。

2016年６月、本学と包括連携協定を締結するH町から筆者に、特産品に関する相談があった。その内容は、既に特産品である黒豆うどんを、さらに町内外にPRする方法を考えて欲しい、というものだった。当ゼミでは「食を通した地域振興」を目標に掲げていることから、栄養学や調理学の知識を活かして、特産品開発やメニュー提案に取り組む学生も多い。早速ゼミ生たちとPR方法を検討し、これまでにない黒豆うどんの食べ方を提案することになった。何度も試作を重ねた結果、「辛味きのこ汁うどん」と「あんかけ揚げうどん」の２品が完成した。同年11月に行われた町の産業祭で２品の試食配布を行い、辛味きのこ汁うどんは、町の女性グループが運営する食堂で冬季限定メニューとして販売された。

その後、ゼミ生の１人が卒業研究のテーマとして継続して取り組み、2017年７月には、台湾まぜそばをモチーフにした、「汁なしネバまぜうどん」を夏メニューとして提案した。辛味の効いた肉みそに、トマト、オクラ、温泉卵を混ぜて食べるというのが学生の案だったが、試食時に女性グループのメンバーから、旬のモロヘイヤを刻んで入れたらどうか、という意見があり即採用となった。そうした協働から生まれた当メニューは、女性グループの食堂で７月から９月まで販売され、複数のメディアに取りあげられる等、好評を得た。

3　特産品開発プロジェクト―スイーツ編―

黒豆うどんに関する取り組みを進める中で、白豆、黒豆をこれまでとは異なる側面からPRして欲しいという要望が再度H町から出された。うどんのような郷土食にとどまらず、若者にも受けそうなスイーツとして提案すればさらに幅広いPRができるのではないか。こうした問題意識から、2017年７月、白豆、黒豆を使用したスイーツの開発に取り組んだ。前年からメンバーを一新し、新３年生を主体に新たな顔ぶれでスタートした。

食の流行に敏感な学生といえども、「豆」が主役のスイーツとあって、苦戦を強いられたが、試行錯誤の末、白豆パンナコッタ、黒豆

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

パンナコッタ(いずれも豆乳をゼラチンで固めたもの)、黒豆パウンドケーキ(おから、きな粉、黒煮豆が入ったもの)の３品が完成した。特に苦労したのは、パウンドケーキに入れる黒煮豆の調理である。表面がピンと張って照りがあり、食べると口の中で溶け出すような黒煮豆がなかなか作れなかったが、H町の70代の女性に秘伝の作り方を伝授してもらい、これを学生たちが忠実に再現した。上記３品をワンプレートに盛り付けて、前年同様11月の産業祭で来場者に振る舞った。

学生考案の３品について、町内業者等による商品化・販売を検討したものの実現には至らなかったが、代わりに、近隣市の和菓子店から協力の申し出があり、現在、和菓子風にアレンジした「和スイーツ」として商品化が検討されている。

4　地域振興における大学の役割と推進課題

以上の実践事例をもとに、地域振興における大学の役割として３点指摘したい。第１に、斬新なアイデアの提供である。せっかく魅力ある地域資源があっても、地域の人たちが活かしきれていない場合も多い。そこに生活環境の異なる若者が独自の感性で発する言葉は、地域にとって驚きでもあり、重要な気づきを促すことにもなる。第２に、準専門的な知識の提供である。本学学生を例にとれば、学部レベルの栄養学、調理学の知識を身につけた上で現地での活動にあたっている。そうした準専門的な知識と接し、活用することは地域にとってプラスになろう。もちろん誤った知識の伝達がないよう、事前のチェックは必要である。第３に、活気の創出である。この点は地域からの期待も大きく、特に高齢化・人口減少の進む地域では、学生が訪問するだけで喜ばれることもある。これに胡坐をかいてはならないが、大学が担う重要な役割の１つと言って良いだろう。

ただし、取り組みを推進する上で課題も存在し、ここでは３点指摘しておく。第１に、事業実施主体の問題である。仮に大学がアイデアや知識を提供できたとしても、実際に事業を実施する主体がいなければその先に進まない。試作品ばかり積み上がって、現実のビジネスはほぼ皆無というような状況に陥らないために、既存の主体の掘り起こしや、新規主体の発見・育成が必要であり、市町村あるいは県レベルの支援が求められる。第２に、費用負担の問題である。大学がゼミや卒業研究で地域に入る場合、限られた予算をやりくりするのが一般的である。大学側の移動費用や諸費用を地域側で一部負担することができれば、大学側も訪問回数を増やす等パフォーマンスを上げることも可能である。実際、本学の連携事例の中には、大学側の移動費や研究費の一部または全部を連携先に負担していただくケースもある。ただでさえ財政状況の厳しい市町村や、そもそも財政基盤の脆弱な地域組織にとって費用負担は酷な話であるが、公的機関が提供する交付金を活用する等、検討の余地はある。第３に、取り組みの持続性である。しばしば指摘されるように、大学生は毎年入れ替わり、数年にわたって同じ者が関与することが難しい。これは如何ともし難いが、人が替わっても取り組みは継続するように大学側で工夫すれば、持続性は確保されるだろう。

以上のように、地域振興において大学が担うべき役割と推進課題が存在するが、大学の社会貢献が求められる昨今、地域振興はますます重点を置くべき取り組みであり、さらなる深化と発展が望まれる。

（ひらぐち　よしのり）

新たな役割を模索するインドネシアの農村協同組合

研究員　植田展大

インドネシアには、KUD(Koperasi Unit Desa)という主に農業に関連した事業を行う農村協同組合があり、関係組織には9,000団体、1,300万世帯の組合員が加入する。現地での聞き取り調査を中心にKUDの現在の活動をみたい。

1　KUDとは何か

KUDはスハルト体制下(1965～98年)で設立が奨励(注)され、食糧調達庁(BULOG)の実質的な下請組織として食糧の安定供給を支えた。KUDは３段階の組織であり、複数の村(Desa)からなる末端のKUD、州単位の連合会組織Pusat KUD、全国組織Induk KUDがある(第１図)。政府はKUDを介して農民に肥料供給や融資を行うことで、農業生産の拡大を推し進めてきた。

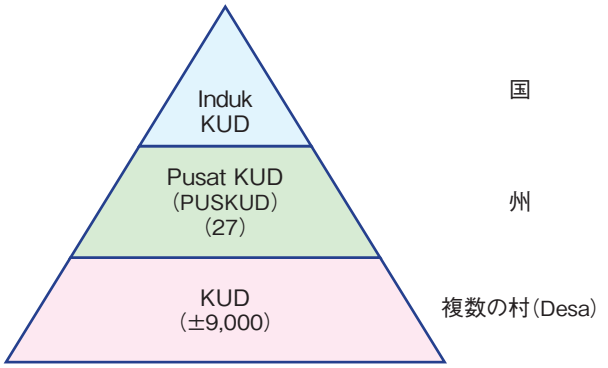
しかし、アジア通貨危機(97年)後、IMFの構造調整プログラムが農業分野にも導入され、食糧調達庁の公社化と備蓄事業の縮減、肥料補助金の廃止といった環境変化のなかで、KUDも補助金に依存した運営を見直さざるを得ない状況におかれた。その結果、現在も酪農を除く多くのKUDの経営状況は芳しくないとされる。

KUDの主な事業は農産物の販売事業、農薬・肥料の購買事業、組合員への融資である。連合会組織は州ごとに末端のKUDを統括し、全国組織は外部組織との連携、輸出・販路開拓、人材教育を主に担当する。

現在、全国組織は経営の改善しない末端のKUDを合併させることで、今後10年を目標に経営を健全化させる方針である。しかし、全国組織のCEOのエンゲディ氏は、インドネシアは多様な民族・文化からなる社会であるため、日本の農協のような規模で合併を進めることは困難であると述べる。

KUDの合併やそれに伴う事業所の廃止は、組合員の利便性を落とすとみられる。また、政府は補助金をめぐる不祥事を起こしたKUDを介さずに、その下で活動してきた農民グループ(Kelompok Tani)に直接融資や資材助成ができる制度を導入している。さらなる合併は、KUDからの組合員離れにつながる懸念もあると思われる。

第1図　KUDの組織構成



資料　Induk KUD Japan Webページ
(注)　(　)は組合数。

2　KUDの事業と現在の課題

KUDの事業を、ジョグジャカルタ特別州のスレマン県(人口117万人、2015年)のノンプラック(NGEMPLAK)地区にあるKUDノンプラック(71年設立)を事例にみたい。県内には17の地区にKUDがある。ノンプラック地区の人口は６万人であり、５つの村から構成され、農業従事者7,600人がコメ24千トン、トウモロコシ７千トンを生産している。KUD職員によると、近年では都市化が進むなかで農地が宅地などに転換され、農業の規模拡大や機械の導

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

ジョグジャカルタ近郊の田植え

KUDの事務所

入に支障をきたしているという。

同組合は事務所、隣接した肥料用倉庫、２～３kmほど離れた場所に精米所を所有する。窓口業務は平日８時～12時（金曜のみ11時）で８人の職員を雇用している。

主な事業は肥料・農薬・種子などの購買事業、コメの販売事業、税金・電気代・水代などの決済（BRI〔政府系銀行〕の代理業務）、組合員に対する肥料・農薬の取扱い方に関する技術指導、精米事業と多岐にわたり、地域の社会や農業と密接に結びついた事業を広く行っている。

一方、アジア通貨危機後の政策の転換もあり、年間9,000万ルピア（1,000ルピア＝約８円）の利益も従来の水準には及ばず、職員の給与も副業を必要とする水準（月100万ルピア、約8,000円）である。職員の年齢層は総じて高い。地域

（注）日本の農協組織をモデルにしたが、実態としては日本の農協とは異なり、農業者の自主的な組織というよりも、国家の下で食糧増産計画を支える組織としての性格が強かったとされる。

KARTU TANI（農民カード）と端末

とのつながりを重視した事業を継続するためには、職員の若返りが今後の課題であろう。

3　農民カードの導入とKUDの今後

インドネシアでは、農地の場所、収穫スケジュール、肥料補助金の支給記録などを登録した農民カード（KARTU TANI）の導入が進む。KUDノンプラックでは、19年からBRIの代理店として取り扱う予定である。

農民カードはBRIなどの政府系銀行グループが発行し、貯蓄や借入のほかデビットカードとしても利用できる。政府には銀行からデータの提供を受け、肥料などの補助金が適切に使われているかを管理し、政策立案に生かす目的もあるとされる。

農民カードによって、個々の農業者の経営が「見える化」され、政府による補助金の受給対象となる農家の識別が可能となり、同時に銀行からの融資を農業者が容易に受けることができるようになるとみる報道もある。いずれもKUDの役割を一部代替する機能であり、今後のKUDの運営に影響を与える可能性がある。

KUDは、農民カード導入への対処や若手職員の確保が可能となる経営の改善といった課題を抱える。今後は、これまで以上に地域とのつながりを強みにした取組みが求められている。今後も動向をみていきたい。

（うえだ　のぶひろ）

農林金融2018年４月号

わが国の沿岸漁業の制度と漁業の民主化

（田口さつき）

日本の漁業者は、紛争予防、乱獲防止のため、様々な規制の下で漁業を営んでいる。幸い日本には、漁業者間の紛争とその解決方法や取決めについての多くの文献があり、その経緯を調べることにより規制の本質を理解することができる。

日本は、明治時代に全国統一の漁業取締制度をつくることを目指した。その際、漁業者の資源の自主管理を重んじ、特定の漁場とそこで漁業をする権利を漁業権として構築していった。また、戦後において、漁場の利用の在り方に加え、漁業の民主化という点で重要な議論が行われた。

そこで、本レポートでは、明治時代の漁業法と戦後の現行漁業法の成立過程に着目し、どのような議論が行われたかを確認した。また、漁業権の管理団体としての漁業協同組合の歴史にもふれた。

漁業権の運用における漁協の役割

（亀岡鉱平）

漁業権の権利主体は個別の経営体であるとしても、漁協は、漁業権の「行使」や「実現」に関して、地域の実情に応じた役割を果たしている。

福岡県糸島漁協管内において、カキ養殖の結果発生する焼きカキ殻等の処理が問題となった際、漁協が管内全体を取りまとめ、他業種との連携の要となることでリサイクル体制が構築された。これは漁協が漁業権の持続的行使のための環境づくりにあたった事例と言える。

また、愛媛県において、家族経営的な真珠養殖経営は、現在いくつかの経営環境上の難題に直面している。しかし、漁協系統や組合員組織が課題解決に着手しており、組合管理漁業権の対象でない真珠養殖であっても、やはり漁協の積極的な役割を見いだすことは可能である。

農林金融2018年５月号

マイナス金利政策下における地域金融機関の経営戦略

（古江晋也）

日銀の金融緩和政策の長期化や金融機関間の金利競争を受け、地域金融機関の利益水準は低下傾向にある。また、地域経済に目を転じてみると、大都市圏への人口集中（地方部の人口減少）、後継者不足による中小企業の廃業率の高まりといった要因も経営環境をいっそう厳しくしている。こうした状況のなか、近年の地域金融機関（地方銀行、第二地方銀行、信用金庫、信用組合）は大別して、営業地域の広域化を図り、顧客基盤を強化するとともに多様な金融サービスを提供する「広域化戦略」と、限られた営業地域にこれまで以上に密着する「深掘り戦略」によって生き残りを図っている。

本稿では２つの戦略を概観した後、地域金融機関の今後の経営戦略のあり方を検討する。

観光活性化ファンドを通じた地域金融機関の多様な支援

（佐藤彩生）

観光活性化ファンドの設立が全国的に進んでおり、地域金融機関が独自に立ち上げた「民間主導型観光活性化ファンド」に着目した。事例からは、①詳細な事業計画の作成支援、②自治体と民間企業の橋渡し役や進捗状況に応じた事業アドバイス、③観光まちづくり会社を通じた地域課題の解決や地域密着型金融など、地域金融機関の多様な支援がみられた。民間主導型は、「機動性」と「裁量」に利点があり、（株）地域経済活性化支援機構のノウハウ支援がなくともファンドの設立や運営に取り組む体制が備わっている地域金融機関があることを意味する。さいごに、地域金融機関が観光まちづくりに参画する意義として、観光まちづくり会社の「公益的」かつ「事業的」な性格のバランスの確保への寄与にあると付言した。

農林金融2018年４月号

地域金融機関による農業ファンドの取組み

（髙山航希）

地域金融機関による農業ファンドの取組みが進んでいる。地方銀行や第二地方銀行を中心に農業ファンドを組成する動きが広まっており、地域金融機関による農業ファンドは一定の出資実績をあげている。

地域金融機関は地域経済活性化を目標に掲げるなど広い視野で農業ファンドを利用している。また、農業ファンドに取り組むことには、農業法人にアプローチしやすくなる、出資先との関係を一層強化できる、日本政策金融公庫やA-FIVEといった、農業ファンドを共同で組成する機関から農業経営等を評価するノウハウを学べる、といったメリットがある。地域金融機関が農業ファンドを通じて得た知見は、農業融資などにも良い波及効果があると思われる。

農林金融2018年５月号

〈シンポジウムの記録〉

FIT導入５年
今こそ地域からのエネルギー転換を

本記録は、農林中央金庫が一橋大学に開設する寄附講義として2017年12月９日に開催された市民公開シンポジウム「FIT導入５年　今こそ地域からのエネルギー転換を」の概要である。

基調講演は、自然エネルギー財団の大野輝之常務理事が行い、調査報告は、一橋大学の山下英俊准教授、農林中金総合研究所の寺林暁良主事研究員の２氏が行った。次に、飯舘電力の千葉訓道取締役、生活クラブ生協神奈川の半澤彰浩専務理事、八王子協同エネルギーの田中拓哉代表理事の３氏が再生可能エネルギーに関する取組みを紹介した。その後、朝日新聞の石井徹編集委員、名古屋大学の丸山康司教授、東京駿河台法律事務所の江口智子弁護士、環境エネルギー政策研究所の山下紀明主任研究員を加えてパネル討論が行われた。

金融市場

2018年４月号

潮流　「我々はポピュリスト政治の森から抜け出せていない」

情勢判断

（国内）

1　貿易戦争への警戒を強める日本経済
2　2017～19年度改訂経済見通し（２次QE後の改訂）

（海外）

1　米国経済は消費が弱含むものの底堅さを維持
2　全人代で示された2018年の経済運営政策と取組課題

分析レポート

1　ユーロ圏加盟国間の経済格差の拡大とその影響の波及
2　空き家をめぐる政策・金融・管理(4)

今月の焦点

家計における投資とつみたてNISAの現状について

連載

金融機関の新潮流
若年層への金融支援に注力する塩沢信用組合

海外の話題

シンガポールの精神

2018年５月号

潮流　ECBのジレンマと容易ではない「出口」対応

情勢判断

（国内）

消費低迷や輸出減速で国内景気に一服感

（海外）

1　雇用・生産に勢いがある米国経済
2　３四半期連続の6.8%成長で底堅さを維持した中国経済

分析レポート

1　ユーロ圏の労働力不足は物価上昇につながるのか?
2　雇用者報酬の地域別動向
3　転換期を迎える銀行カードローン市場

連載

金融機関の新潮流
「相談者目線の経営支援」に注力する柏崎信用金庫

海外の話題

オーストラリアのコーヒー文化

私の考えるこれからの農業

山形県遊佐町 和牛繁殖農家　佐藤　綾

私は畜産(和牛繁殖)を経営の軸とし、転作田を活用した自給飼料生産を行っています。10年前の就農時、10頭程度の繁殖牛も今は50頭を超え始めました。稲WCSの生産も行っており、稲作農家さんと提携して生産し、作付管理はして頂いて収穫および堆肥散布はこちらで請け負うような形態です。

WCSの収穫は専用コンバインと自走ラップマシンを利用します。個人で全てを行うには、労力的にも機械の費用対効果的にも無理があった為、地域の農家さんに声掛けをし、チームを組むことでこの点を解消しました。作付けは転作事情や高齢化離農による耕種農家の規模拡大方向も相まって、耕種農家さんにこぞって提案に乗って頂きました。現在は三軒の繁殖農家にて毎年30haほどの収穫をしております。収穫シーズンは多忙ですが、皆が良いものを安く確保できるという共通意識を有しており、計画的に推進しているところです。

堆肥は生産圃場へ還元し、循環形態も順調に構築できています。水田地帯ということもあり、契約内外の農家さん達とも多数の繋がりが持て、敷料となる籾殻も潤沢に確保できています。

収穫後の精算時には、算出根拠やおおよその慣行比コスト削減額、簡単な原価計算を提示し、意識の怠慢化にならないように数字で示すようにしています。こういった取り組み方法は企業であれば普通にされていることなのでしょうが、個人農家として数字をしっかり押さえていることは稀です。現状をしっかり把握しながら、数年先を見据えた経営をする為には、自身の経営内容を常に理解しておく必要は大いにあると思います。

全国各地で勉強会は開催されていると思いますが、そのほとんどは技術的なものだと思います。私の地域には「若牛塾」という、若手後継者を軸とした勉強会が年に数回開催されております。そこで学ぶ内容は、関係機関と農家代表者らで組成する運営委員会にて決めており、経営学なども講義の内容に入れて頂きました。技術があって利益が出るのと、利益を出すために技術を磨くのとでは、求めていく技術実績は同じでも、根本的には違うというところです。後者ではコストとの兼ね合いも入りますので、経営内容を見ていくと利益率等に徐々に差が出てきます。

農家は百姓と呼ばれます。昔からたくさんの仕事をこなすことから来たのでしょうか。現代の百姓はビジネスとして確立した農業を行う為、生産者と経営者の二面の顔を特に持つ必要があると思います。職人と社長として、世界と戦えるレベルの生産物を産出し、持続的に経営を行っていく技量が必要です。

農業は今や世界情勢や政治動向なども見ながら先行きを見通さなければなりません。現代版百姓でありながら、百笑となる楽しみとやりがいのある農業経営をし、百勝して世界に誇れ、後世に続く農業を技術や知識、労力等も協力し合って構築(耕畜)していきたいです。

(さとう　りょう)

農林中金総合研究所
http://www.nochuri.co.jp/

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、新着通知メール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　〒151-0051　東京都渋谷区千駄ヶ谷５－27－11　農林中金総合研究所
FAX　０３－３３５１－１１５９
Eメール　hensyu @ 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 | 2018年5月号（第66号）

編集・発行　**農林中金総合研究所**
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5−27−11
Tel.03−6362−7781　Fax.03−3351−1159
URL：http://www.nochuri.co.jp
E-mail：hensyu@nochuri.co.jp