

農中総研 調査と情報

2018.11 (第69号)

■ 視 点 ■

アフリカ豚コレラの懸念されるリスク 北原克彦 2

■ レポート ■

● 酪農・乳業特集—食農リサーチ— ●

生乳生産と乳用牛生産における北海道の重要性

—北海道胆振東部地震からの長期的な影響見込み— 小田志保 4

ホクレンによる生乳の道外移出

—関東向け太平洋ルートの記事— 趙 玉亮 6

プロセスチーズの市場定着への乳業メーカーの役割

—雪印メグミルク株式会社を事例に— 小田志保 8

小規模チーズ工房による地元販売

—(株)あまたにチーズ工房(栃木県那須町)— 福田彩乃 10

十勝品質事業協同組合のチーズ生産

—地域独自の「十勝ラクレットチーズモールウォッシュ」の事例— 原 理紗 12

● 農林水産業 ●

オーガニック農産物流通の新潮流

—オーガニック農産物売上構成比5%を目指すイオン— 堀内芳彦 14

農地集積の進展と土地改良区組合員資格問題への対処

—岩手県夏川沿岸土地改良区の事例— 亀岡鉦平 16

歴史からたどる漁業制度の変遷 その8

—働く漁民への漁場の解放— 田口さつき 18

北欧で進む中高層建築物への木材利用

..... 安藤範親 20

欧州議会環境委員会の権限強化

—次期CAP改革を巡って— 平澤明彦 22

● 農漁協・森組 ●

春夏ニンジンによる「農家手取り最大化」

—JA千葉みらいの取組み— 長谷 祐 24

組合員世帯への「家庭訪問活動」

—三重県JAいがふるさとの取組み— 尾高恵美 26

「くらしの相談室運動」による訪問活動

—岡山県JA岡山東の取組み— 寺林暁良 28

オランダにおける農業データのプラットフォーム協同組合

—「JoinData 協同組合」の特性と役割— 小田志保 30

■ 寄 稿 ■

JA ファーマーズマーケットにおける交流・体験活動の実態

和歌山大学 食農総合研究所 教授 岸上光克 32

■ 現地ルポルタージュ ■

イラストを活用した経営理念の実現

—伊豆沼農産の事例— 尾中謙治 34

■ 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 36

■ あぜみち ■

潤いを失った日本を潤す農業・農協

南アルプス市農業協同組合 代表理事組合長 小池通義 38

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。

アフリカ豚コレラの懸念されるリスク

取締役食農リサーチ部長 北原克彦

1 中国への侵入

報道・公表されているとおり、中国では2018年8月3日に遼寧省でアフリカ豚コレラ(African Swine Fever、以下「ASF」)の1例目が確認されて以降、10月31日現在65か所(57農場、2施設、6村)まで発生農場等が増えてきた。

ASFはアフリカ豚コレラウイルスによる、豚やイノシシに感染する伝染病であり、ヒトには感染しない。症状はさまざまであるが、高熱、食欲不振を呈し高い致死率と強い伝染性を持つ。ウイルスは非加熱のハムや冷凍された肉でも比較的長期にわたり生存し、感染ルートはウイルスが混入した食品残渣の飼料給与、媒介するヒメダニや感染動物等との接触などによる。豚が感染してもウイルスに対する中和抗体が産生されないので、ワクチン開発ができず有効な予防薬や治療法はない。

中国で分離されたウイルスのDNA配置は、ジョージア株、ロシア・イルクーツク州株と一致しているものの、侵入ルートは判明していない。中国は小規模養豚場が多いこともあって、オーエスキー病・PED(豚流行性下痢)・PRRS(豚繁殖・呼吸障害症候群)が広がり、さらに豚コレラ・口蹄疫も存在するため、病気との長期戦のなかで混迷を深めている。

2 イノシシは止まらない

—欧州の感染拡大—

欧州では1957年以降、航空機や船舶の食品残渣などを豚に給与したことによって、アフリカからASFが侵入したが、封鎖・淘汰を行いサルジニア島(イタリア)を除く地域から撲滅さ

れた。しかし、07年に黒海沿岸のグルジア(ジョージア)へ侵入したものは、ロシアやアゼルバイジャンの野生イノシシへ感染。東欧の小規模裏庭養豚と野生イノシシが伝播要因となって、ゆっくりと西方へ拡散している。

14年にポーランドへ侵入、同国東部ではこれまで野生イノシシを中心に3千件近く発生した。17年にはチェコへ侵入、さらに逆方向のロシア東部・イルクーツクへもジャンプした。18年4月にはハンガリーへ侵入、日本のハンガリーからの豚肉輸入量は2万トン(17年)であるが、日本を含む各国が輸入禁止措置をとり、ハンガリーの国宝と呼ばれるマンガリツア豚肉も一時輸入停止となっている。直近の18年8月には養豚大国ドイツ・フランス・オランダと国境を接しているベルギーへジャンプし、すでに野生イノシシで73件発生している。

自由に国境を通過してしまう野生イノシシは、ユーラシアでの感染拡大の最大のリスクだ。活発に動く夏場に野生イノシシのASF発生が多く、撲滅は困難になってきた。農場では死亡家畜の保管をしっかりと行い、野生動物を近づけないようにしなければならない。北欧の農場のなかには、野鳥対策として周囲の木を伐採し、イノシシよけの二重の柵を設け、イノシシ駆除の契約を猟師と行ったところもある。

3 日本の水際防疫と農場対策

インバウンド、外国人技能実習生など外国人の往来が多くなっており、日本では水際防疫が重要だ。動物検疫所は家畜伝染病予防法

に基づき水際で検疫措置を行っている。

中国からのエアラインや国際クルーズ船と協力して、一般旅行者に対し肉製品や動物由来製品の持ち込み禁止と、畜産農家へ近づかないように注意を喚起。一部違法に持ち込まれる携行品(肉製品)対策は、家畜防疫官による口頭質問や、検疫探知犬の活動強化だ。また、海港ではフェリーや貨物船が畜産関係車両を搭載した際の消毒、厨芥処理事業者へ適切な処理を指示した。10月に北京から新千歳空港へ到着した旅客の携行品(豚肉ソーセージ)から、ASFウイルス遺伝子が検出されており、気が抜けない状況だ。

一方、農場対策は、加熱工程の無い飼料原料・添加物にウイルスが付着して持ち込まないようにすることだ。行政当局が注視しているのは、エコフィーディング(食品残渣等利用飼料)に取り組んでいる農場で、汚染の可能性のある食品残渣の取扱いだ。生肉等の混入可能性があるものは、飼料安全法に基づいて70℃・30分以上もしくは80℃・3分以上の加熱処理等を指導している。

中国・アジアからの外国人技能実習生が一時帰国した場合は、再入国時の防疫措置や食品の持ち込みにも注意が必要だ。また、農場の衛生管理区域への部外者立ち入り制限、トラック洗浄の徹底、死亡家畜に野生動物が近づかないように、コンテナなどへの適切な保管が求められる。

万が一発生した場合は、畜産・食肉業界への影響が大きいことから、日本では家畜伝染病予防法で、患畜・疑似患畜の速やかな届出と、と殺が義務づけられている。ワクチンが無いので、発生時は感染豚の処分までの初動が重要だ。埋却が基本だが場所を確保できない場合に備えて、移動式レンダリング装置を農林水産省は整備した。

4 グローバル化した養豚・食肉流通の弱点

日本の養豚は病気との戦いの歴史でもある。海外から侵入した病気が増えており、グローバル化した豚病の伝播動向を獣医療関係者は注視している。仮に、ASFが日本へ侵入すれば、輸出施設を整備し、認定を受けてようやく年間600トンを超えてきた豚肉輸出も一時停止となってしまう。また、日本の豚肉需要180万トンの半分は輸入で対応している。主要輸入国はアメリカ・カナダでシェア5割を占め、EU産は2割でデンマーク・スペインが多い。欧州でASF感染が拡大すると、加工向け原料肉輸入だけでなく、高級生ハムや加工品、種豚にも影響がでてくる。

そして、世界の豚肉貿易市場に目を向けると、17年の豚肉総輸入量は789万トン(USDAによる)で、総生産量1億1,103万トンの7%にすぎない。貿易市場の底が浅いのに、突然サプライチェーンが途切れてしまうリスクを抱えているのだ。

中国は世界最大の豚肉生産国であり輸入国でもある。ASFによる殺処分は13万頭(OIE報告)に近づいてきたが、まだ4億頭規模の飼養頭数の一部にとどまっている。中国はASFを封じ込めることができるのか、この厳しい戦いを世界は注視している。

<参考文献>

- ・小澤義博(2014)「アフリカ豚コレラの歴史とリスク分析」『獣疫学雑誌』
- ・農林水産省 消費・安全局動物衛生課「アフリカ豚コレラについて」
<http://www.maff.go.jp/j/syoutan/douei/asf.html>
- ・農林水産省 食料・農業・農村政策審議会家畜衛生部会
<http://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/eisei/>
- ・国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構「アフリカ豚コレラ」
<http://www.naro.affrc.go.jp/niah/asf/index.html>

(きたはら かつひこ)

生乳生産と乳用牛生産における北海道の重要性

— 北海道胆振東部地震からの長期的な影響見込み —

主事研究員 小田志保

18年9月の北海道胆振東部地震による停電は、酪農経営体や乳業工場に深刻な影響を及ぼし、北海道庁等のとりまとめによると道内で破棄された生乳量は2万トン超となっている。このことから、一時的に牛乳・乳製品は品薄となった。

北海道は乳用牛の主産地でもあり、地震の影響が尾を引く可能性もある。そこで、統計等から、牛乳・乳製品供給での北海道の重要性を改めて整理してみたい。

1 北海道の生産量や仕向け先

全国の生乳生産量は、1996年度の866万トンをピークに減少が続いている。2008年度には800万トンを下回り、17年度は728万トンへ落ち込んだ。

生産量の前年比増減率を北海道と都府県で寄与度分解すると、90年代後半から都府県はおおむねマイナスの寄与となっている(第1図)。このような生産の落ち込みは、都府県の減産を主因とする。

この結果、北海道への生乳生産の依存度は

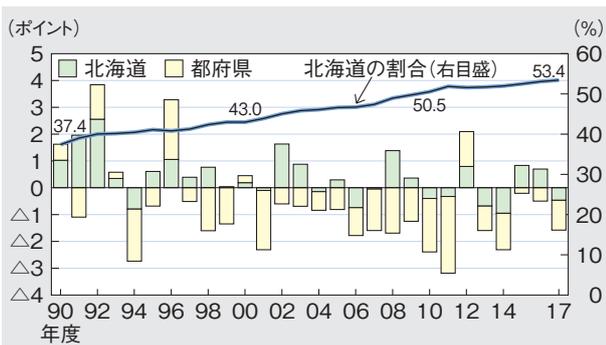
高まっており、全国合計に占める北海道の割合は90年度の37.4%から2000年度には43.0%となり、10年度以降は50%超で推移している。

また中長期的には、道産生乳の用途が脱脂粉乳・バター向けに限定されてきた状況は変化しつつある。具体的には、牛乳向けの道外移出や90年代後半以降の液状乳製品(生クリーム・濃縮乳・脱脂濃縮乳)向けが増加している。

まず道外への移出等についてみると、道産生乳が牛乳となるルートは、ほくれん丸等で生乳を運び、都府県の工場で製品化する道外移出と、道内工場で製品化後の輸送(道内パック)がある。統計で把握できる道外移出量は、04年度の道内パックの本格化で一旦減少したが、牛乳の痛風等への効果が報道されたことから需要が伸び、15年度以降は再び増加している(第2図)。17年度には44.8万トンの道外移出と、加えて39.4万トンの道内パックがあるとされ、全国における牛乳の原料乳の2割は道産である(全国酪農協会(2018))。

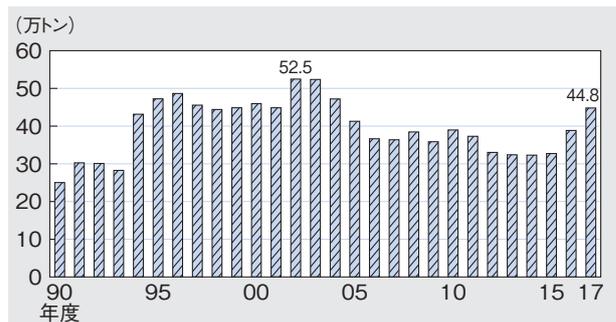
また、15年の北海道の生乳生産量(387万トン)のうち、液状乳製品向け(124万トン)は、脱脂粉乳・バター向け(139万トン)とほぼ同水準

第1図 生乳生産量に占める北海道の割合と北海道・都府県の寄与度



資料 農林水産省「牛乳乳製品統計」

第2図 北海道の道外移出量



資料 (一社)Jミルク、原資料は農林水産省「牛乳乳製品統計」

にまで増加している。^(注)この背景には、国内乳製品における国産品のシェアを高めたい政策的な後押しと、生産者手取り乳価の安定を図りたいホクレンの戦略があった(並木(2006))。

このように都府県では牛乳の需要を満たすために、道産生乳の比率が高まっており、また乳製品では脱脂粉乳・バターといった加工品に加え、液状乳製品というフレッシュな品目でも道産比率は高まっている。

2 乳用牛生産での位置づけ

つぎに、地震の長期的な影響をみるために、乳用牛供給での北海道の位置づけに注目する。まず、全国では18年時点の乳用牛頭数は132.8万頭で、そのうち生乳を生産している経産牛は84.7万頭である。残る48.1万頭が次世代の生乳生産を後継する未經産牛で、その7割は北海道に集中している。仮に乳用牛の耐用年数を全国一律とおくと、都府県の後継牛頭数の4割が道産と推計されることになる。

さらに、中央酪農会議(2018) (n=10,379)によると、16年度に初妊牛・経産牛を販売した酪農家の割合は、北海道では53.0%と都府県(31.2%)を大きく上回っている(第1表)。一方、都府県では乳用牛を外部から導入した酪農家の割合は37.4%と、北海道(16.0%)の2倍超である。これを規模別にみると、北海道の50~100頭未満層の「販売している」の回答割合が高く、そうした層が全国のメガファームの乳用牛導入を支えていることがうかがえる。

3 牛舎の空きスペース拡大の懸念

今回の地震による停電では、搾乳できないことから多発した乳房炎の治療により、空胎

(注)JA北海道中央会資料
<http://www.ja-hokkaido.jp/manager/wp-content/uploads/2016/10/5033fb86f7e324ad3cdc0a59d45e8c50.pdf>

第1表 規模別の乳用牛の販売・導入
(16年度、北海道/都府県)

(単位 戸、%)

	酪農家数		販売している		導入している		
	北海道	都府県	北海道	都府県	北海道	都府県	
全体	2,817	7,562	53.0	31.2	16.0	37.4	
経産牛頭数	20頭未満	89	2,042	25.8	25.7	16.9	33.7
	20-30頭	154	1,600	37.7	29.4	16.2	34.1
	30-40頭	318	1,245	51.3	31.6	16.4	37.1
	40-50頭	431	918	52.2	36.2	17.9	38.0
	50-75頭	874	907	57.7	36.7	15.3	40.1
	75-100頭	390	312	60.5	38.5	11.0	44.6
	100-150頭	268	254	55.6	33.9	15.7	44.5
150頭以上	233	210	48.5	40.0	22.3	69.0	

資料 (一社)中央酪農会議「平成29年度 酪農全国基礎調査」
 (注) 調査対象者は指定団体に出荷する14,295の酪農経営体であり、回収率は72.6%。回答割合には無回答を含まない。また、20頭未満は総研概算。

期間が長くなる。今後は、北海道の繁殖成績の低下が懸念され、それは全国の乳用牛導入に影響するため、酪農家の規模拡大の勢いに水を差しかねない。

乳用牛の個体価格はすでに高い水準で、乳用牛の導入に支障をきたしている。前述の基礎調査では、17年時点で搾乳牛舎に空きスペースがあると回答した酪農家は55.8%で、同比率は都府県で61.1%と高い。今後は、思うように導入できない酪農家への繁殖対策や乳用牛導入支援が一層必要となろう。

さらに、系統やサプライチェーンの川下部門や消費サイドでは、今回の地震を契機に、牛乳・乳製品サプライチェーンへの北海道の貢献を高く評価するとともに、安定供給体制の強化を見据え、都府県酪農の維持に本腰をいれるべきと考える。

<参考文献>

- (一社)全国酪農協会「乳滴(2018年9月1日号)」
<http://www.rakunou.org/nyuteki/nyuteki180901.html>
- (一社)中央酪農会議(2018)『平成29年度 酪農全国基礎調査』
- 並木健二(2006)『生乳共販体制再編に向けて～不足払い法制下の共販事業と需給調整の研究～』

(おだ しほ)

ホクレンによる生乳の道外移出

— 関東向け太平洋ルートの記事例 —

研究員 趙 玉亮

都府県は飲用向け生乳の不足分を北海道から調達している。近年、生乳の生産基盤の脆弱化や異常気象などを背景に、北海道から都府県への生乳移出量が増えている。2017年度は40万トンを超え、都府県の牛乳消費量の1割強を占めている。

生乳の道外移出は、主にホクレン農業協同組合連合会(以下「ホクレン」)が担っている。移出ルートは、海上輸送による関東向けの太平洋ルート(釧路港→日立港)、関西・中京向けの日本海ルート(小樽→舞鶴港、苫小牧→敦賀港)と、鉄道輸送(釧路駅・北旭川駅→吹田駅)がある。ホクレンが独自運航している太平洋ルートを紹介したい。

1 生乳動脈である太平洋輸送ルート

太平洋ルートの構築は1990年代初頭に遡る。生乳移出の本格化を受け、ホクレンは貯蔵・冷却施設を拡充するため、道内最大級の釧路クーラーステーション^(注)を93年に建設した。

海上輸送手段として、それまではフェリーを利用してきたが、ホクレンは川崎近海汽船からスペースチャーター形式で国内初の生乳輸送専用船である「ほくれん丸」を93年に就航させた。さらに、97年に「第二ほくれん丸」の運航を開始して、2船体制で片道1日の循環運航を行い、毎日生乳を運んでいる。

現在運航している2船は共に06年

に更新された2代目である。全長173m、総トン数1.4万トン、積載能力は12mシャーシ換算で130台、乗用車64台である。船頭と船尾の両方に入りができるランプウェイが設けられ、荷役時間の短縮ができる構造となっている。

17年度のほくれん丸の生乳移出量は18万トンで、移出量全体の半数近くを占める。移出は季節性が強く、夏から秋にかけては、暑さによる都府県の乳量減少や、9月の学校給食の再開対応のため、移出量が多い。

2 集乳から3日以内に関東の工場へ

道外移出の流れとして、まず、集乳タンクローリー車が酪農経営体に早朝に出向いて、集乳する(第1表)。集められた生乳は、釧路などの貯蔵・冷却施設に一時貯乳される。品質検査は、経営体の庭先と同施設での受入と

第1表 ホクレンによる生乳の道外移出(太平洋ルート)

集乳から道外の乳業メーカーまで		鮮度や品質の維持に関する取組み
道内の集乳	酪農などの生産者 ↓(集乳タンクローリー)	酪農経営体の庭先で1回目の品質検査を実施
	貯蔵・冷却施設 (釧路クーラーステーション等) ↓(陸上輸送)	・生乳の受入と出荷時の検査。 ・2℃以下に急速冷却し、道外移出のための専用ミルクタンクに注入。 ・ミルクタンクは保冷構造となっている。 ・タンクの下部にパイプをつなげて生乳を注入する。
道外移出	釧路港 ↓(ほくれん丸、海上輸送)	・ミルクタンクだけを積載する。 ・ラッシングベルトでミルクタンクを固定。 ・船尾にアンチローリングタンクと呼ばれる横揺れの軽減措置が搭載されている。
	日立港 ↓(陸上輸送)	
	関東の乳業メーカー	・乳業メーカーで生乳を積み降ろす。 ・ミルクタンクを洗浄し、北海道に戻す。

資料 ホクレンへの聞き取りにより作成



船内で積まれるミルクタンクの様子
(写真：筆者撮影)



船尾のランプウェイからトラックが入る

出荷時の3回実施する。

同施設で、道外移出の専用ミルクタンクに生乳を積み替え、タンクローリー車で釧路港に運ぶ。

ほくれん丸は毎日14時に入港し、18時に出港する。その間に荷役作業を行い、タンクローリー車のタンク部分だけを積載する。海上輸送は20時間で、翌日14時に日立港に到着する。そこから、陸路で関東各地の乳業メーカーの工場に配送される。このように、集乳から工場搬入まで3日以内を実現している。

3 輸送中の温度管理や揺れ軽減の取組み

道外移出は、鮮度や品質維持が重要で、ホクレンは様々な取組みを行っている。

温度管理について、クーラーステーションで専用タンクへの注入時に生乳を2℃以下に急速冷却する。移出専用タンクは魔法瓶のような保冷構造のため、目的地まで適切な温度を保つことができる。また、タンクへの生乳の注入作業は、タンク下部にパイプをつなげて送り

(注)ホクレンは移出拠点として、釧路クーラーステーションなどを整備するだけでなく、一部の乳業メーカーの貯蔵・冷却機能を生かし、安定流通を維持している。

込むようにしている。タンク上部から注入すると落下の衝撃で乳質低下になりかねないためである。なお、タンク内での揺れを軽減するため、できるだけ満タンになるよう注入する。

船内では6本のラッシングベルトでタンクを固定するが、波の高い時は2本追加して荷崩れ事故を防ぐ。また、船にはアンチローリングタンクと呼ばれる横揺れ軽減装置を搭載している。こうした様々な工夫により、長距離輸送での品質維持に努めている。

4 足元の課題に向けて

今後、道外移出は引き続き増加するとみられる。一方、足元の課題として、トラックドライバーの不足や燃料高が挙げられる。こうしたなか、ホクレンはミルクタンクの大型化(17トン→20トン)を進めるなど輸送効率を高めている。

独自運航から25年間が経過した太平洋ルートは、道外移出に大きく寄与するとともに、北海道の酪農生産を支えてきた。この生乳動脈の安定的運営は、日々の需給調整や、生乳の安全安心を巡るホクレンの取組みでも重要な役割を担っている。

(チョウ ギョクリョウ)

プロセスチーズの市場定着への乳業メーカーの役割

—雪印メグミルク株式会社を事例に—

主事研究員 小田志保

日本のチーズ消費量は、経済成長に伴う所得向上からの食の洋風化を経て、過去半世紀で大きく増加した。2017年度の国内消費量は34万トンに達している。

日本にチーズ市場を定着させたのは、ナチュラルチーズに乳化剤等を添加し加熱溶解後に成形したプロセスチーズである。くせの無い味で保存性が高く、冷蔵物流網が弱い弱ななかで消費者に広く受け入れられた。

プロセスチーズの市場定着に当たっては、その特性に加えて、乳業メーカーの時流に乗った商品化が大きく貢献してきた。そこで、リーディングカンパニーである雪印メグミルク株式会社(以下「雪印」)を事例に、プロセスチーズの発展をみてみよう。

1 時流に乗った商品化が消費を拡大

雪印のプロセスチーズの歴史は、1934年のカートン型の量産開始に遡る。50年代以降は、海外から自動充填機を導入したことをきっかけに、個包装タイプの6Pチーズや4個入りベビーチーズが生まれ、小分けの食べやすい形となった。

このようにおやつや、おつまみ等として直接食べるほか、同時期にはスライスチーズが誕生し、料理の素材としても消費されるようになった。こうした用途の多様化は、食の洋風化に伴うパン食の広がりとともに、プロセスチーズの市場拡大に寄与した。

日本独自の進化として、87年に販売されるや大ヒットしたのが、雪印が独自開発した「とろけるスライス」である。そもそも一般的な

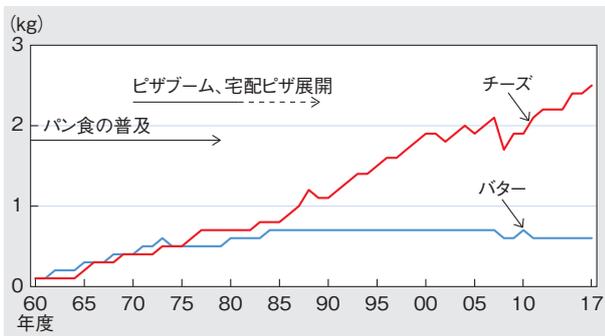
ナチュラルチーズは、熟成するほどタンパク質の分解によりアミノ酸等成分が増加するため、味に旨みやコクが出てくるが、同時に硬さとしてはもろくなっていく。つまり、おいしいナチュラルチーズは組織が軟弱な傾向があり、一方、硬めなナチュラルチーズの味は淡白な傾向がある。それら原料を配合した“加熱により、よくとろけておいしいプロセスチーズ”の開発は難航を極めた。雪印は、配合方法等の試行錯誤に3年をかけ、この難問を解決した。

同商品のヒットの背景には、ピザブームもあった。70年代のピザブームが、80年代にかけて家庭でも本格的なピザを求める需要を喚起し、宅配ピザ業態が拡大していた。つまり「とろけるスライス」発売までに、消費者は加熱して溶けたチーズのおいしさを認知していたわけである。

他にも「さけるチーズ」等のヒット商品もある。いずれにせよ、その特性とともに、雪印による時流をつかんだ商品開発が、日本のプロセスチーズ市場の拡大に貢献してきた。具体的には、6Pチーズは高齢層、ベビーチーズは若壮年層というように形状の違いが購入者の年齢層の幅を広げてきた。また、「とろけるスライス」を朝食のピザトーストに、6Pチーズを晩酌にと、用途の多様化により、1人当たり消費量は増加した。

こうして、チーズは戦後期以降の日本に定着した。16年度には、1人当たり年間チーズ消費量は2.4kgに達している(第1図)。また、90年代以降は業務用需要が高まり、消費量に

第1図 チーズとバターの1人当たり年間消費量



資料 農林水産省「食料需給表」
(注) 17年度は概算値。

占めるプロセスチーズの割合は4割まで低下しているが、現在でも国際的にみると高い水準にある。

2 13年にプロセスチーズ工場が海外進出

アジアでの消費拡大を見越して、13年に雪印はインドネシアで同国商社ロダマス社等との合弁工場を設置し、プロセスチーズの販売を開始した。商品企画部門にはインドネシア人スタッフを擁し、同国人好みの硬く濃厚な味の商品の製造・販売を開始している。そして、冷蔵物流網が未発達の本国の事情に合わせ、常温保存が可能な商品となっており、賞味期限は1年を超えるものもある。

欧州起源のチーズをアジア市場で広める際、伝統に縛られない柔軟な企画力と高い製造技術という点で、雪印は有利だ。さらに、アジア市場では日本の乳業メーカーへ、食品安全への高い信頼という追い風も吹いている。

3 課題は国内の生乳調達

以上みたように、プロセスチーズは日本だけでなくアジアの食生活にも普及し始めている。さらに、日本のチーズ消費量は増加の一途をたどると同時に、日本人はチーズの味に慣れ、本格的なナチュラルチーズを嗜好する

層も増えつつある。

しかし、日本では酪農経営体の高齢化等から生乳生産量は減少が続いており、指定団体から乳業メーカーへの生乳販売量は17年度は724.2万トンと、過去10年間で62.3万トンも減少した。また、そのなかでもチーズ向け販売量は、17年度は42.8万トンと過去10年間で3.6万トン減少している。

つまり、現在の消費拡大は輸入チーズが下支えしているのが実態であり、好調な消費の効果は、国内の酪農経営体に波及していない。

とはいえ、チーズの輸出国は、オセアニア等に限定されており、今後もアジア等の需要増加に対応できるかは不透明である。雪印でも、生乳の安定調達が大きな課題となっている。

そこで、国内の酪農振興による安定的な生乳調達を目的に、雪印等の乳業メーカーは18年度の乳価の大幅引き上げを受け入れた。なかでも、チーズ向け乳価は4～5円/kgの大幅増となっている。

さらに、雪印はいま一步踏み込んだ酪農振興策をすすめている。13年に雪印子会社の雪印種苗株式会社は、JAしべちゃと標茶町の共同出資により、株式会社TACSしべちゃを設立した。同農業生産法人は、生乳生産のみならず、研修を通じて新規就農の支援等を行っており、地域の酪農振興に尽力している。

このように雪印は海外への工場設置を進める一方で、サプライチェーンで得られた付加価値を生産者に還元する取組みを強化し、企業理念である「酪農生産への貢献」を果たし続けようとしている。消費拡大のための乳業メーカーの努力や生産振興は、指定団体制度改革を経るなかで一層進むとみられ、今後も注視すべきと考える。

(おだ しほ)

小規模チーズ工房による地元販売

— (株)あまたにチーズ工房(栃木県那須町) —

研究員 福田彩乃

チーズの国内消費は、長期的にみると一貫して増加している。戦後、保存性の高いプロセスチーズが消費を牽引したが、2008年からの増加要因は主に、ナチュラルチーズである(第1図)。

ナチュラルチーズの需要のほとんどは、大手乳業メーカーが生産する業務用である。しかし一部、欧州諸国等で修業を積んだ個人や酪農家等が経営する小規模なチーズ工房もみられ、その数は06年の106から16年の284へ増加している。また、日本独自の風味素材(醤油、桜、炭など)を用いるなど、大手乳業メーカーと異なる多様な生産が展開されている。

チーズ工房は全国にあるが(第2図)、地域別にみると北海道が4割を占めている。また、多くの工房は家族労働力が中心で、年間生乳処理量は、比較的大きい工房でも300トン前後だ。そうした小規模チーズ工房の課題は、自社の地理的条件や生産量、労働力を踏まえた販路を確保することである。

そこで、工房併設の直売所で消費者への直接販売を積極的に行う(株)あまたにチーズ工房(那須町)を紹介する。

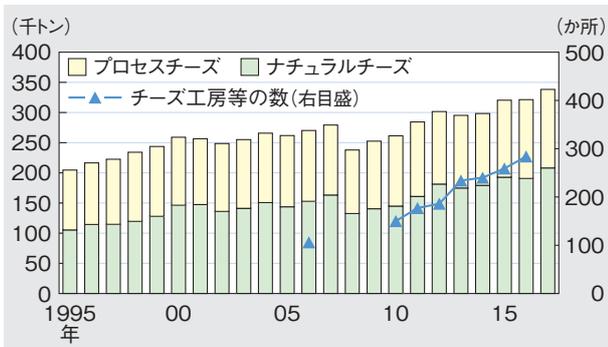
1 「趣味」のチーズ生産から事業へ

現社長(天谷聡氏)の父は都内の食品メーカーを定年退職後チーズに関心を持ち、北海道等でチーズ作りについて学んだ。工房設置にあたっては、東京近郊でアクセスが良く、販路が確保しやすい観光地のなかでも、生乳生産量の多い那須町とした。

同工房の試作品を地元住人や周辺ホテルの宿泊客に配付するなかで、徐々に口コミで評判が広まり、04年に販売を開始した。

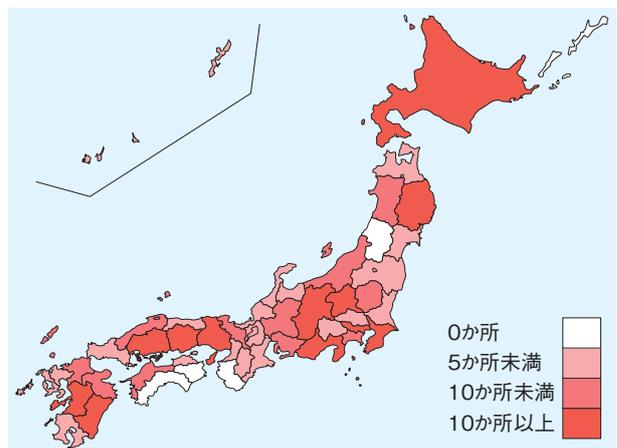
07年に天谷社長がそれまで勤めていた企業を退職し、参画したことを契機に同工房の経営は変化した。天谷社長は当初の好調な売れ行きから経営の将来性や持続性を確信していたが、商品構成やアイテム毎の収益管理など

第1図 チーズの消費量と工房等の数



資料 Jミルク「日本のチーズの需給動向」
農林水産省「各地で活躍するチーズ工房の例」
(注) ナチュラルチーズの消費量は直接消費のみ。
チーズ工房等の数には、チーズ工房と中小乳業メーカーを含むが、大手乳業メーカーは含まない。

第2図 国内のチーズ工房



資料 NPO法人チーズプロフェッショナル協会の資料を基に、農中総研作成

は「趣味の延長」だったという。そこで、同工房は経営の改善に向けて動き出した。

同工房が取り組んだのは、生産拡大とアイテム数の充実である。具体的には、既存工房を拡張することで年間生乳処理量を12トンから徐々に60トン超にまで増加させた。また、従来はフロマージュブランとモッツァレラの2アイテムのみだったが、他社製品からヒントを得た「モッツァレラのたまり漬け」を商品ラインナップに加えた。

その後も、新商品の開発を続けるとともに、08年に従業員1人と妻を労働力に加えることで生産を拡大した。ただし、増築による工房拡張が限界となったほか、小ロットのアイテム増加は収益に結びつかなかった。

2 利益率改善に向けて

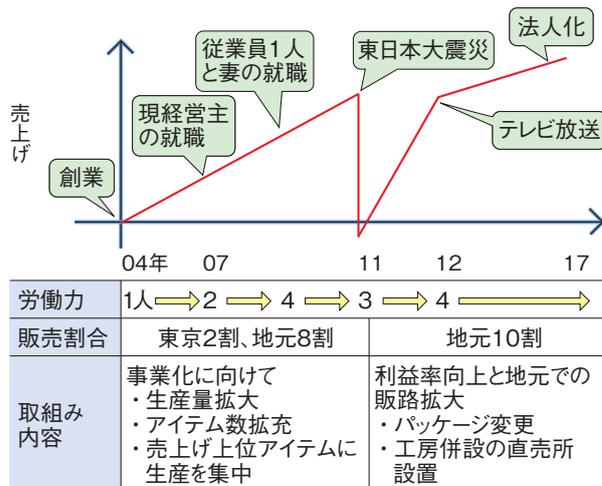
そこで、同工房は限られた製造スペースと労働力のもとで利益を確保するため、一部を委託製造としながら、当時売れ行きが伸びていた「モッツァレラのたまり漬け」と新たに開発した「さけるチーズのたまり漬け」の2アイテムに生産を集中させた。

販売先は、観光客向けを含む地元(8割)と都内飲食店(2割)であった。しかし、東日本大震災の影響で都内向け販売が困難になり、11年は売上げを落とした(第3図)。

都内売上げの落ち込みをカバーするため、17年に直売所を工房に併設し、地元消費者への直接販売に取り組んだ。直売所での販売は収益改善につながるだけでなく、消費者の生の声も得られる。同工房はそうした様々な意見を集約し、3年ごとに商品改良を行っている。

また、「親しみやすい商品づくり」に向けて、地元イラストレーターにデザインを依頼し、パッケージを刷新した。こうした取組みによ

第3図 あまたにチーズ工房の売上げの変化



資料 聞き取りを基に農中総研作成

り、現在は全量を地域内で販売し、直売所での売上げが半分を占めている。

3 地理的条件に応じた販路の開拓が重要

同工房は、観光地という集客に優位な立地にありながらも、定期的な商品改良に取り組みながら、地元スーパーや道の駅だけでなく、収益向上のため直売所での販売比率を高めてきた。

また、天谷社長によると、地域のイベント等に積極的に参加しながら自社製品をアピールすることが地元販売では重要だという。

ただし、全国的にみると、チーズ工房は観光地だけでなく、中山間地域や北海道など集客が難しい立地にもある。そうした地域ではネット販売が中心であるが、最近では複数工房が出資し、都内でチーズ販売店を立ち上げる試みもみられる。

今後ともチーズ工房の増加が見込まれるなか、小規模チーズ工房は生産量や立地など、自社をとりまく環境を加味しながら、適切な販売バランスを選択することがより一層重要になると考えられる。

(ふくだ あやの)

十勝品質事業協同組合のチーズ生産

— 地域独自の「十勝ラクレットチーズモールウォッシュ」の事例 —

研究員 原 理紗

1 「日本の」チーズをつくる

カマンベールやラクレットをはじめ、日本でも親しまれているナチュラルチーズは、ヨーロッパの各地域で、長い年月をかけて確立したものである。日本のチーズ工房では、ヨーロッパの製法に改良を加え、日本人に受け入れられるように酸味やおおいを抑える等、独自のチーズが生産されている。

このような取組みは従来、自身の製法にこだわりを持つ工房が独自に行ってきた。ここ数年、北海道十勝地域では、産地特性を生かしたチーズを、複数の工房が協力して生産する新たな試みがみられる。

2 十勝品質事業協同組合の概要

十勝地域では、1984年から帯広市が畜産加工研修事業を行うことにより、当時から酪農家等がチーズ生産に取り組んできた。また、チーズコンクール受賞歴がある工房も複数あり、ナチュラルチーズの先進地域のひとつである。

2015年には、地域内の工房と地元企業(第1表)が出資して、十勝品質事業協同組合(以下「組合」)を設立した。組合は、17年に「共同熟成庫」を新設し、独自の「十勝ラクレットチーズモールウォッシュ」(以下「モールウォッシュ」)というチーズの熟成および販売を行っている。

生産工程は、まず各工房がグリーンチーズ(熟成前のチーズ)を製造し、組合に出荷する。そして組合の熟成庫で、専従の熟成士2人に

第1表 組合加入のチーズ工房と地元企業

工房名	所在地	チーズ生産開始年	生乳生産の有無
足寄農業協同組合	足寄町	1993	無
有限会社あすなろファーム	清水町	2019(予定)	有
農事組合法人共働学舎新得農場	新得町	1987	有
しあわせチーズ工房	足寄町	2012	無
株式会社加藤十勝牧場	帯広市	2012	有
株式会社十勝野フロマージュ	中札内村	2000	無
有限会社NEEDS	幕別町	2003	無
有限会社ランラン・ファーム	清水町	2010	有

会社名	所在地	主な事業内容
株式会社佐藤工務店	帯広市	建設業
株式会社曾我	帯広市	卸売業(事務用機器)
株式会社プライムストリーム北海道	音更町	貿易業

資料 組合へのヒアリングを基に作成(18年8月現在)
 (注) 1 チーズ生産開始年は、チーズの製造販売業を開始した年として、工房のHPや新聞報道等から参照。
 2 足寄農業協同組合は、93年設立のあしよ農産公社のチーズ工房を、14年に引き継いだ。しあわせチーズ工房は、12年設立のありがとう牧場のチーズ工房から、16年に独立した。

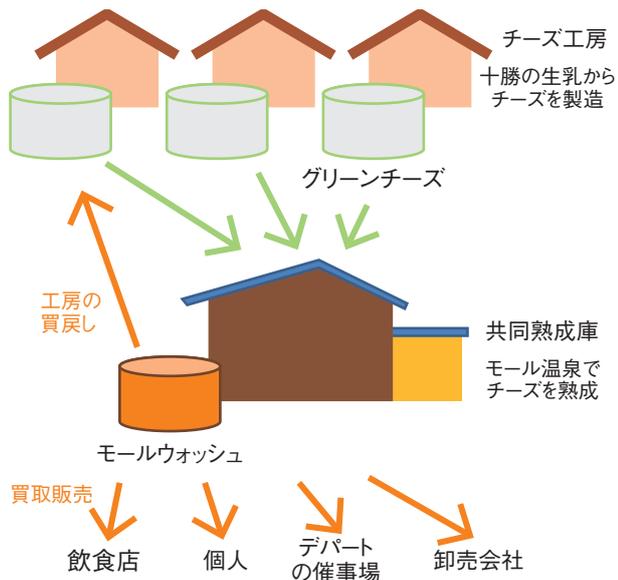
より約3か月間の熟成を経て商品化する(第1図)。各工房が行ってきた熟成を組合が担うことで、工房はグリーンチーズの製造に注力することができる。

3 工房の連携によるチーズ生産

モールウォッシュは、十勝産の生乳を100%使用したグリーンチーズを、十勝に湧出するモール温泉水でチーズ表面を磨きながら熟成(注)することで、十勝産原料の特徴が反映されるよう意識されたチーズだ(第2図)。

品質統一のためには、各工房が同じ製法でグリーンチーズを製造する必要がある。そこで、各工房が製法を持ち寄り、専門家を交え

第1図 組合の共同熟成・販売の取組み



資料 組合へのヒアリングおよびソーゴ印刷株式会社クナウマガジン発行の地域情報誌「スロウ52号」(2017年7月)の図表を基に作成

て議論し、それぞれの良いところを集約した共通のレシピを作成し、水分率、塩分、予備熟成時間等を統一した。また、品質維持のため、月に1回程度、工房が集まり、チーズの出来具合をチェックしている。

組合に加入する工房は、チーズ生産歴が数年から30年以上まで幅広い。品質を統一する過程で、業歴の短い工房は他工房の指導を受けることで、技術向上が図れるという面もあり、新たに加入を検討している工房も複数できている。

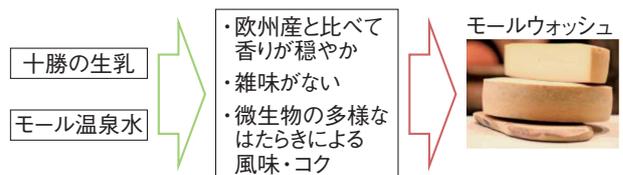
4 販売力強化が課題

完成したチーズは、工房が組合から買戻して自社製品として販売する、または、組合が買取販売をしている。

買取販売については、組合が販売担当者を置いて、まとまったロット販売が可能な卸売

(注)熟成中にチーズ表面を磨くことをウォッシュするという。

第2図 モールウオッシュの特徴



資料 組合へのヒアリングを基に作成(写真:十勝品質事業協同組合HP)

会社を中心に、個人、飲食店、デパート催事等、道内外での販売を積極的に行っている。また、組合員である貿易会社(株式会社プライムストリーム北海道)のつながりを活用し、海外輸出にも取り組んでいる。

現状の取扱いは、商品1アイテムのみであるが、安定的な販路確保のために、生乳品質(国産飼料、放牧等の飼育方法)や熟成度合等により、アイテムの充実を試みている。

また、組合は、地域内での販売を増やし、チーズを地場産品として地元消費者に認知してもらうことが重要と考えている。そのため、地元小学校の給食での提供や、地域価格を設けることで、地域の人々が手に取りやすい環境を整えたい考えだ。

こうした販売強化を行うとともに組合加入の工房数を増やすことで、生産量を17年の5.5千玉から、22年には2万玉まで拡大する見込みである。

5 チーズ産地の形成へ

本事例は、チーズ工房が連携して組合を立ち上げ、切磋琢磨しながら地域独自の産品を生み出す取組みである。こうした地域での生産・販売の枠組みができることで、新たな工房の参入を促す等、地域への波及効果もあらとみられ、産地形成に寄与するひとつのあり方と考える。

(はら りさ)

オーガニック農産物流通の新潮流

— オーガニック農産物売上構成比5%を目指すイオン —

理事研究員 堀内芳彦

1 ニッチに止まる日本のオーガニック市場

2016年のオーガニック食品(農畜産物、加工食品)の世界市場規模は847億ユーロ(11兆円)で、欧米を中心とする社会的な環境意識、健康意識の高まりを背景に、11年対比で89%増と大きく拡大した。需要拡大を受け、16年のオーガニックほ場面積の世界規模も58百万haと11年対比で54%拡大した。(第1図)

一方、日本のオーガニック食品市場規模は1,300億円で、米国の389億ユーロ(5.1兆円)、ドイツ95億ユーロ(1.2兆円)、フランス67億ユーロ(8,700億円)に比べて非常に小規模である。また、農林水産省の推計では、16年度の有機農業の取組面積(有機JAS認証ほ場とそれ以外の有機農業ほ場を含む)は24千haと11年対比で21%拡大しているが、全耕地面積の0.5%にすぎない。

日本でオーガニックが広がらない理由について、次代の農と食をつくる会の「オーガニック・エコ農産物の普及拡大に関する調査報告(17年2月)」によると、販売・流通面の課題として、「オーガニックの価値が伝えられていない」、「価格が高い」のほか、消費者の要望として「扱っているお店が少ない、近くにない」との意見が多いと整理されている。

こうした課題に対し、量販店最大手のイオン(株)が、17年4月に策定した「イオン持続可能な調達方針・2020年目標」のなかで、「オーガニック農産物売上構成比5%をめざす。(16年の構成比は0.8%)」と宣言したことは大いに注目される。

2 イオンのオーガニック農産物拡大戦略

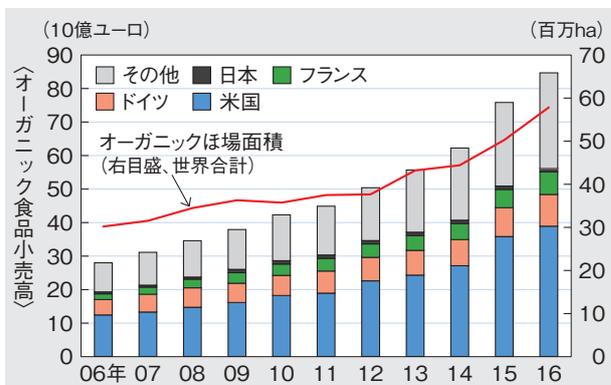
(1) 農産物の調達方針・2020年目標

「イオン持続可能な調達方針・2020年目標」は、15年に国連が採択した「持続可能な開発目標(SDGs)」にかなう取組みとして策定された。

このなかで農産物は、調達方針を「自然・生態系・社会と調和のとれた持続可能な農産物の調達に努めます。自らも野菜を栽培することで安全でおいしい野菜を提供し、安心して食べる食の未来の創造に貢献します。」としている。そして2020年目標を「プライベートブランドは、GFSI(世界食品安全イニシアチブ)ベースの適正農業規範(GAP)管理の100%実施をめざす。オーガニック農産物売上構成比5%をめざす。」としている。

この取組みの目的は、「事業活動を通じた環境課題、社会課題の解決に向けた貢献」とさ

第1図 世界のオーガニック市場規模の推移



資料 FiBL&IFOAMA「THE WORLD OF ORGANIC AGRICULTURE 2018」

(注) 日本のオーガニック食品小売高は公的な調査データがないため、オーガニックマーケティング・リサーチプロジェクトの「日本におけるオーガニック・マーケット調査報告書(2011年6月)」の2009年推定値(1,300~1,400億円)が、09~16年の数値として計上されている。参考値として矢野経済研究所の推計では16年1,745億円となっている。

れているが、オーガニック農産物を盛り込んだことに、ビジネスチャンスとして、日本でのオーガニック市場拡大への強い期待と意志がうかがわれる。

(2) 5%目標達成に向けた取組み

オーガニック農産物について、消費者の「高い」、「鮮度価値不足」、「品揃えが少ない」という不満に応え、子育て世帯が毎日買える価格帯、一般農産物並みの鮮度、オーガニックで食卓の全てのメニューが作れる品揃えの実現を目指すとしている。具体的には次のような取組みを進めている。

①オーガニック専用ブランド・売場の創設

従来のプライベートブランド商品の「トップバリュ グリーンアイオーガニック(有機JAS認証取得農産物・加工食品)」とイオンアグリ創造で生産した「イオン農場オーガニック」のブランドを、17年4月からオーガニック専用ブランドとして「トップバリュ グリーンアイオーガニック」に一本化し、各店舗の農産売場に順次オーガニック専用コーナーを設置していく。減農薬・減化学肥料の特別栽培農産物は「トップバリュ 減の恵み」ブランドで販売し売場を別にする。

イオンリテール(株)でのオーガニック専用売場の設置店舗数は、17年3月の140店から18年2月に205店(全店舗数400店)に拡大している。

②オーガニック担当バイヤーの配置

17年9月に全グループ会社の農産商品部にオーガニック担当バイヤーを配置した。

③産地から店舗までの最適・合理的バリューチェーンの構築

自社の農産物集配センターで有機JAS小分け認証(白菜の2分の1カットなどオーガニック

のカット野菜販売が可能になる)を順次取得し、産地から店舗まで自社の物流網を活用することで、一般青果物に負けない鮮度とコスト構造を構築していく。これまで17年に習志野市にある南関東センターが認証を取得している。

④地域と協働し、地場でオーガニック産地開発

地域の食文化と鮮度・物流コスト・フードマイレージに配慮し、地場でのオーガニック産地開発を加速していく。

具体的には、イオンアグリ創造の21の直営農場のうち18年6月時点で3農場が有機JAS認証を取得し、18年度内に4農場で認証取得を目指している。認証取得農場は地域のオーガニック農産物の集荷拠点および周辺農家へのオーガニック生産導入のプラットホームとしていく方針である。また、行政、JA有機生産部会、地方卸売市場の荷受会社等と連携して、生産者の組織化・供給産地拡大に着手している。

3 オーガニック農産物生産拡大への期待

18年9月に開催された(一社)オーガニックフォーラムジャパン主催の第3回オーガニックライフスタイルEXPOの入場者数は24,542人で、第1回(16年)19,790人、第2回(17年)22,992人から着実に増加しており、食品に加えコスメやファッションも含めライフスタイルとしてオーガニックなものへの関心が高まっていることがうかがえる。

こうしたなかで、量販店最大手のイオンの店頭でオーガニック農産物が増えていくことで、多くの消費者がオーガニック農産物を身近に感じその価値の認識を深め、ひいてはその生産拡大につながることを期待される。

(ほりうち よしひこ)

農地集積の進展と土地改良区組合員資格問題への対処

— 岩手県夏川沿岸土地改良区の事例 —

研究員 亀岡 鉦平

現在、農地中間管理事業を活用した農地集積が進められている。実績を上げる事例のなかには、土地改良区が機動的に役割を発揮したものもある。しかし同時に、担い手への集積進展は、「耕作者」の絶対数減少を意味しており、組織体としての土地改良区のあり方を変化させるものでもある。こういった動静について、岩手県夏川沿岸土地改良区(以下「夏川改良区」)を事例に検討したい。

1 夏川改良区の概要

夏川改良区は、岩手県一関市(旧花泉町)に所在している。岩手県と宮城県の県境を流れる人工河川夏川にかかる県営事業の実施、敷設設備の維持管理が現在の主業務である。地積は581.3ha、組合員数は561人(2018年4月1日時点)であり、管内は旧村である油島^{ゆしま}、涌津^{わくつ}、永井の3地区に分けられ、総代制を採っている。前身の耕地整理組合時は、宮城県も含めた2町9か村を範囲としたが、事業終了後に施設が町村管理とならなかった岩手県内の3地区で普通水利組合を設立し、その後現在の土地改良区に改組した。管内の多くは元々低湿地を干拓した農地であり、排水改良が断続的に行われてきた。

2 改良区を中心とした農地集積の進展

夏川地区における農地集積の特徴は、中間管理事業の活用にあたって夏川改良区が推進役となった点にある。

その背景要因として重要なのは、未整備ほ

場の整備、農道の拡幅といった基盤整備事業が03～17年を工期として行われており、農地集積の条件が整っていた点である。このうえで、3地区個々にあった集落営農が中間管理事業開始を機に統合法人化する話合いが進んだ。

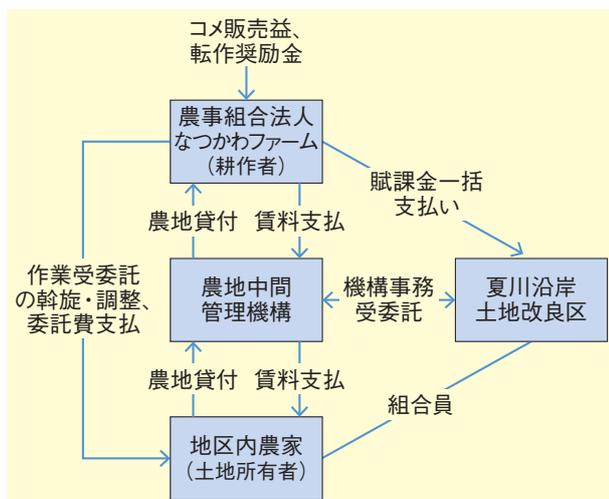
また、基盤整備は3地区全体を包括するものとして行われていたために、地域の農地情報を網羅している夏川改良区が中間管理機構から中間管理事業にかかる業務を受託することとなり(14年7月)、賃貸借手続きの面で新法人への農地集約に寄与することになった。

さらに、個別農家の意見集約に当たっては、基盤整備にかかる賦課金につき、農家(土地所有者)個々が支払うのではなく、コメ販売益と転作奨励金を元に法人が一括して支払うとした点も大きい(第1図)。これによって非生産農家も農地を貸し出すメリットを得、夏川改良区にとっても賦課金が漏れなく徴収できるというメリットが生まれた。

このような経緯で、担い手として農事組合法人「なつかわファーム」は設立された(14年9月)。現在のファームの経営面積は467ha、集積率は86.3%(基盤整備受益面積に対して)であり、集積協力金を最大限引き受けられる水準(8割以上)に達していることから、ファームへの集積は中間管理事業の優良事例であることがわかる。

この事例では、改良区が中間管理事業を契機として地区内を法人化の形で取りまとめる役割を果たした。しかしその前提として、①中間管理事業の開始と地区内の集落営農の法

第1図 夏川地区における農地集積の構図



出所 筆者作成

人化のタイミングが合致したこと、②さらに実施中だった基盤整備によって農地集積を進めやすい状況が整っていたこと、という特有の事情が作用した点が大きい。また、基盤整備実施地区内で集積と営農がほぼ完結しているために、法人による賦課金の一括支払いが可能となった点も重要である。

3 組合員資格問題への対処

土地改良区を中心とした農地集積の進展は、営農組織の法人化へと至り、地域の生産活動の存続に寄与した。しかし同時に、改良区では組合員資格問題が発生した。

土地改良法は、改良区の組合員資格(事業参加資格)について、原則、自作地では所有者、貸借地では耕作者としている(第3条)。一般に法人への集積は、形式的には非耕作者数の増加と耕作者数の減少をもたらす、これは改良区においては組合員数の減少として現れる。夏川改良区においても組合員の減少がにわかに起こり、合計9人いた役員・監事のうち、法人設立直後は3人しか資格を満たさなくなってしまった。法第3条は、貸借地であっても農業委員会が承認した場合については、所

有者が組合員となることを認めている。夏川改良区では、これを適用するために農業委員会と協議のうえその承認を得、所有者が新たに組合員資格を取得し、理事も選挙を実施のうえ新任された。この一連の手続きは、改良区運営に大きな混乱をもたらす、瞬間的に過大な業務負担となった。

夏川改良区では、集積が急速に進み耕作者の絶対数が外形上減少したために、改良区の組織基盤維持のため所有者を(正)組合員と直す措置を取らざるを得なかった。これは、その後行われた18年土地改良法改正(耕作者中心の改良区への転換のために、①所有者から耕作者への組合員資格交代の手續簡便化、②所有者を准組合員として位置づけ直すといった措置を創設)とは、合致しない動向であったと言える。集積がその裏側で改良区に負荷をかけ、集積の進展ゆえにむしろ所有者を(正)組合員とせざるを得なかった点は、法の想定とは異なる現場からの示唆として有意義なものであろう。

4 今後の論点

夏川地区で見られた改良区を中心とした中間管理事業の活用は、農地集積の点では好事例である。しかし、農地集積の進展によって、夏川地区では組合員資格問題が発生した。このほかにも、夏川地区では問題となっていないが、全国的には、地域外の担い手が「耕作者」として土地改良区の運営に新たに携わることで土地改良区の運営に混乱が生じることも想定される。中間管理事業の展開につき、単に農業経営の側面からだけでなく、土地改良区の組織面からも分析を重ねることが必要だと思われる。

(かめおか こうへい)

歴史からたどる漁業制度の変遷 その8

— 働く漁民への漁場の解放 —

主任研究員 田口さつき

1 戦後の漁業制度の抜本的改革

1945年に日本は連合国に無条件降伏した。それ以後、占領軍総司令部(GHQ)は、軍国主義の排除と民主化という方針の下、戦前の体制の見直しを日本に迫った。

漁業制度についても、農地改革に続き、経済の民主化の一環として、抜本的に改正することとなった。一方、復員や引揚者の増加により食糧難が一層深刻化しており、漁業生産体制の立て直しが急務だった。

GHQが勧告を出し、日本の水産当局が反論や修正案を出すといった作業を通じて、漁業に関する法案が形成されていった。そのため、戦後の立法過程を踏まえると、現行の漁業法、水産業協同組合法の根底に流れる思想がより明確に見えるのである。

2 漁業生産力の停滞の原因

戦時に若手漁業者の軍隊への召集と大型漁船の軍事徴用、漁船の老朽化により、漁業生産力が急激に低下した。しかし、それだけでなく、戦前から水面が総合的に利用されていないことが発展を阻んでいたことを水産当局は認識していた。

漁場の利用は、「立体重複的であり、また技術的にも分割するのは不可能である」水産庁漁業基本対策史料刊行委員会編(以下「対策史料」)(1963、14頁)。例えば、同じ漁場でも冬は定置網が設置され、春夏秋は(定置網が撤去され)漁船が網を曳いて魚を漁獲することもある。

ある漁業の操業は他の漁業に確実に影響を及ぼすため、漁業者が話し合いを行って漁場の利用調整をする必要がある。しかし、当時、個人や企業に直接、漁業権が免許されており、その漁業権はほとんど見直しもなく存続期間が更新された。特に、優良漁場の漁業権は個

人や会社が保有し続けた。その結果、零細な漁業者は漁場から締め出された。また、網元(注)などの富裕層が漁業従事者を抑えつけた。つまり、「個人漁業権者は、本来漁民全体の総有であって総合利用すべき水面を漁業権の力によって他の漁業を排除して自己の漁場として独占し、私的利益のために全体の生産力を犠牲にして漁利を襲断ろうだんするとともに漁場の管理権を握ることによって漁民を支配」していた(水産庁経済課編(1950))。

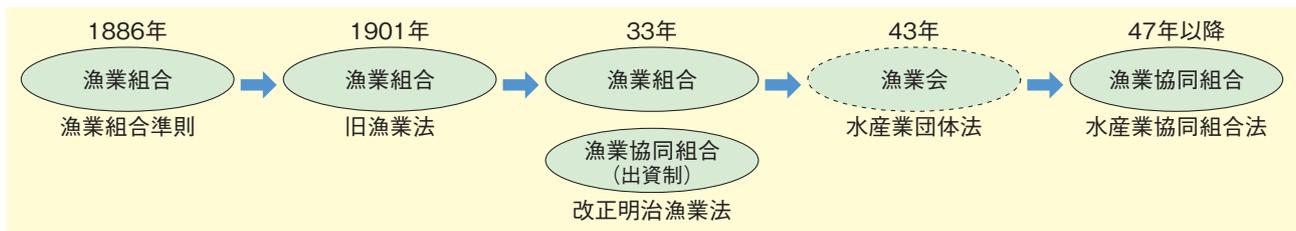
戦前もこの状況に対し、打開のため、「関係漁業者が自治協同の精神を基調として円満なる協調を遂げ漁場に於ける過度の自由競争の弊を矯めて、漁村経営を本位とする漁業の調整の計画を樹立実行」(水産社(1937))といった考えがあった。

実際に、昭和恐慌による漁村の窮乏化を受け、政府は「農山漁村経済更生計画樹立方針」(1932年)で漁業権を漁業組合に集中させようとしたものの、権利者に不当に強い力が与えられていたため、なかなか進捗しなかった。富裕層等による支配構造は、漁場を利用する人々に等しく発言権と議決権が保障されていなければ覆せなかった。つまり、漁業生産力の発展は漁業の民主主義と不可分なのだ。



出典 水産庁(1950)

第1図 漁業団体の変遷



資料 筆者作成

3 漁業調整のための機構について

戦後も日本の水産当局は新漁業法案の検討過程で、漁民団体への漁業権の集中化を一段と進めようとした。これは、漁民団体への「権利の集中保有を通じて、所得に基づく漁業権の恣意的行使の規制、小漁業との調整等による自主的漁業調整による総合的漁業秩序の維持、賃貸料形式による一部経営者による独占利潤の地元への還元等を可能とする」(対策史料、15頁)と考えられていたからだった。

しかし、このような考え方にソ連が強い共感を示したことで、米国は警戒した。その後、GHQは自ら漁業を営む者が漁業権を保有すべきという考えから漁業権の自営者優先と個人自由主義を水産当局に強く提案するようになった。ただ、この個人自由主義によれば、漁業権者が所有権のように自由に漁業権を賃貸、移転できるようにすべきであるが、これは自ら漁業を営む者が漁業権を保有するという考え方と相いれない。また、水面の総合利用のための細かな調整ができないという戦前の状況に戻ることを意味した。

一方、漁民団体への漁業権の集中についても、当時は網元等の権威が強く、「団体所有の陰にかくれた漁村の封建制の温存、あるいはまた地元漁民の私的結合として漁民団体が地元漁民の私利のみを考えることによる部落対立—漁場紛争を生む可能性」(対策史料、15頁)があった。そこで、水産当局は、漁業制度の

(注)漁民とは、現行漁業法で「漁業者又は漁業従事者たる個人」と定義されている。さらに同法では、「漁業者」とは、漁業を営む者をいい、「漁業従事者」とは、漁業者のために水産動植物の採捕又は養殖に従事する者である。

見直しについて「漁業権と協同組合の関係を充分検討するとともに委員会システムによりこれを調整する」とした。

4 先行した水産業協同組合法

漁業法案の作成当時、漁業者の組織として存在していたのは漁業会だった。1933年(昭和8年)の明治漁業法改正により出資制が導入され、出資制をとる漁業組合は漁業協同組合といわれるようになっていた(第1図)。しかし、戦時統制を推し進めるために43年(昭和18年)の水産業団体法が制定され、漁業会へと改変された。同法では、漁業会の人事は地方長官が決めるなど、自主性の発揮が妨げられた。

戦後は、GHQの指導の下、水産業団体法の一部が45年に改正され、漁業会の役員人事に関し任命制度の廃止などが盛り込まれた。

さらに、漁民による民主的な運営など協同組合原則を盛り込み、行政官庁の監督権を制限した水産業協同組合法(以下「水協法」)が48年(昭和23年)に制定された。これが現在の漁業協同組合の根拠法である。

この水協法は新漁業法と表裏一体をなすものであったが、新漁業法については、GHQの介入により法案作成が難航した。そのため、漁業会の資産の受け皿として漁業協同組合を創設させるため、水協法の成立が先行されたのである。

<参考文献>

- ・水産社(1937)『日本水産年報 第1輯 躍進水産業の全展望』
- ・水産庁(1950)『漁業制度改革のねらい』
- ・水産庁漁業基本対策史料刊行委員会編(1963)『漁業基本対策史料 第1巻』
- ・水産庁経済課編(1950)『漁業制度の改革 新漁業法條文解説』日本経済新聞社

(たぐち さつき)

北欧で進む中高層建築物への木材利用

主事研究員 安藤範親

1 木材利用が進んでいる北欧

国産材の主な需要先である我が国の住宅市場は世帯数の減少に合わせて縮小が見込まれている。木材需要の減少により林業生産活動を通じて行われる植栽、保育、間伐等の森林整備が停滞すれば、土砂災害等を防止する国土保全機能など森林の公益的機能の発揮が難しくなる。そのため新たな国産材の需要創出が望まれており、国産材の利用先としてこれまで木造化が進まなかった4階建て以上の中高層集合住宅のほか、公共建築物をはじめオフィスビルや商業施設等の非住宅分野の木造化が重要となるだろう。

近年、我が国では中高層集合住宅やオフィスビルなどが木造で建築され始めたものの、4階建て以上の建築物に木造が占める割合は0.04%（年間10棟前後の着工件数）と非常に低い。一方で、日本の素材生産量（17年2,952万m³）に比べ2～3倍の生産量を有しているフィンランドやスウェーデンといった北欧の木材産出国は、4階建て以上の木造建築物が多数建てられている。スウェーデンでは、集合住宅に占める木造の割合は2014年の10%から25年までに50%に達すると予測されるなど（Staffan Brege, Tomas Nord, Lars Stehn(2017)）、木造建築物の割合が高まる傾向にある。

筆者は18年9月にこれらの国々に訪問する機会を得た。建築物に木材を利用する各国の状況を伝えたい。

2 中高層の木造建築物

スウェーデンのストックホルム郊外には8階建ての高層木造集合住宅の街並みがある（写真1）。構造には、集成材とCLT（Cross Laminated Timber：直交集成材^{（注1）}）が使用されている。外装材に北米産のウエスタンレッドシダー^{（あらわ）}を現しで使用している点特徴的で、木材で囲まれた街並みは、コンクリートとは異なり暖かみや安らぎが感じられる。

ストックホルム郊外には、構造にCLTを採用している道路トンネルの排気塔がある（写真2）。三角形をねじったユニークな形をしており、木材を利用したことで複雑なデザインを可能にしている。

フィンランドのヘルシンキでは、高層集合住宅、オフィスビル、ホテル、駐車場など市街地の一区画をすべて木造化するウッドシティと呼ばれる開発が進められている（写真3）。完成するとLVL（Laminated Veneer Lumber：単板積層材^{（注2）}）を使った世界で最も大きな建築物群となる。

フィンランドのヨエンスでは、建築中の14階建ての建物がある（写真4）。構造にCLTと



写真1 Strandparken 8 stories
（2013年竣工）（筆者撮影、以下同じ）



写真2 Ventilation Tower
（2015年竣工）



写真3 Wood City(2019年竣工予定、写真は8階建て集合住宅。)



写真4 Lighthouse Joensuu (2019年竣工予定、写真はCLTパネルを釣り上げる様子。)



写真5 Näringsdepartementets hus (2011年増築)

LVLの両方を使っている点が特徴的である。完成すれば高さ48mと同国内で最も高い木造建築となる見込みである。施主は、同地で学生の住宅を建築、維持、賃貸する企業であり、主に、東フィンランド大学、カレリア工科大学や高等学校の生徒に利用されている。木造建築物が選択されるのは、建築費用が鉄骨造等よりも安いからである。

3 木材の軽さを活用

ストックホルムには従来のコンクリート造の建物の上に木材で増築した政府機関が入る建物がある(写真5)。木の重量はコンクリートの5分の1と軽いためこのような増築が可能となっている。

木を使うと建物の重量を軽くすることができるほか、コンクリートや鉄ではできなかったデザインにすることもできる。中高層建築物への木材利用は、建築デザインの幅を広げるだろう。日本では、高知県自治会新庁舎で3階以下を鉄筋コンクリート造、4階～6階を木造で建築した事例がある。

(注1)ひき板を繊維方向が直交するように重ねた面材

(注2)薄い単板を繊維方向が並行になるように重ねた線材

4 木材利用は地球温暖化対策に貢献

北欧では中高層建築物に木材が利用されている。木材が選択される理由は、工期の短縮やデザインの多様性、低価格などさまざまであるが、気候変動問題への対応もその一つとなっている。

温室効果ガスである二酸化炭素の排出削減は世界的な課題である。スウェーデンでは25年までに建築される集合住宅の半数が木造であった場合、建築段階の排出量は年間約40%削減され、その量はおよそ100万トンの二酸化炭素量に相当するという。

木造建築物は鉄筋コンクリートなどの他の構造より建設・製造時の二酸化炭素排出量が少なく、さらに建物に炭素をストックする炭素貯蔵効果もあり地球環境に優しい。日本でも、中高層建築物の建設による二酸化炭素排出量削減に向けて、唯一の再生可能な建築材料である木材の更なる活用が望まれる。

<参考文献>

- Staffan Brege, Tomas Nord, Lars Stehn(2017), "Industriellt byggande i trä. nuläge och prognos mot 2025," LINKOPINGS UNIVERSITET. <http://www.skogsindustrierna.se/siteassets/dokument/rapporter/forskningsrapport-inklusiveindata-for-bedomning-av-klimat-effekt-av-okat-trabyggande.pdf>

(あんどう のりちか)

欧州議会環境委員会の権限強化

— 次期CAP改革を巡って —

基礎研究部長 平澤明彦

EUでは現在、今年(2018年)6月に提出された次期EU共通農業政策(CAP)改革法案の検討が進められつつある。この法案に関して、欧州議会の環境委員会が新たな権限を獲得した(9 July 2018, IEG Policy)。今後のEU農政に少なからぬ影響を与える可能性があるので紹介したい。

1 EUの民主主義を担う欧州議会

欧州議会は、EUの政策に対する民主的統制を担っており、その議員は加盟国市民の直接選挙で選出される。かつてEUの立法過程のなかで欧州議会の権限は意見提出のみであったが、現在は法案の決定権を(閣僚)理事会と共有している(共同決定)。市民による選挙を経ないEU官僚(欧州委員会)と、加盟国の閣僚で構成される理事会が中心となってEUの政策を作る状況は「民主主義の不足」^(注1)として問題視され、それを是正するために欧州議会の役割が強化されてきたのである。

EUの立法は今日、CAPも含めその多くが「通常立法手続き」によっており、行政府に当たる欧州委員会が法案を提出し、理事会と欧州議会が修正と決定を行う。理事会と欧州議会の決定権限は同等であり、欧州議会の同意がなければ法案は成立しない。CAPにこの仕組みが正式に導入されたのは2013年CAP改革^(注2)からである。

したがって、欧州議会は潜在的にCAP改革に大きな影響を及ぼす可能性がある。とはいえ職員の数が少ないことや、各国農業界の利害は

従来から理事会が代表していることもあって、これまでのところ実際の影響力は限定的である。

2 直接支払いの環境保全要件と批判

他方、EUは1999年のCAP改革以降、直接支払いに環境保全などの要件を課し、農業の多面的機能(ないし公共財)を社会に提供して補助金支出を正当化してきた。そうした取り組みは次第に強化・拡充され、最近では2013年CAP改革で直接支払いのグリーンング(環境親和化)が図られた。

それに対して、農業の環境負荷は十分に軽減^(注3)されていない、あるいはグリーンングは実効性が薄いといった批判もある。21年以降に実施される次期CAP改革に向けて、環境への一層の配慮がうたわれているものの、同時に加盟国の裁量が拡大するため、そうした対応が実際には進まないのではないかと環境団体などは懸念している。

こうした不満の背景として、これまでCAPの立案・決定権限、特に法案提出後の交渉にかかる権限はEU機関の農業部門(欧州委員会の農業総局と、農相理事会、そして欧州議会の農業委員会)^(注4)に集中していた。環境団体やEU機関の環境部門は、CAPに含まれる環境関連規定^(注5)について、環境部門が権限を持つべきだとの立場であった。

3 環境委員会への権限付与

そうしたなかで、次期CAP改革法案^(注6)の検討

に当たって、欧州議会では環境委員会が「関連委員会」(associated committee)に指定された。これにより同委員会の権限は大幅に強化された。これにより同委員会の権限は大幅に強化された。まず法案の担当委員会(committee responsible)である農業委員会は、環境委員会と共同し、双方の管轄分野を特定し、相互に相手の修正案に同意するよう努めねばならない。また、環境委員会の専管分野(もしあれば)については環境委員会の修正案を認めねばならない。そして、環境委員会の管轄分野(共管・専管とも)、つまり環境関連の規定にかかる修正案を農業委員会が認めなかった場合、環境委員会は本会議に修正案を提出することができる。環境委員会は構成議員数最多の委員会であるため、本会議でそうした修正案が可決され、農業委員会の意向が覆されることもあり得る。さらに、環境委員会は、欧州議会が欧州委員会および理事会と法案修正内容を交渉する3機関協議に代表を出席させる(欧州議会手続規定 規定54)。

それに対して、これまでのCAP改革では、環境委員会は農業委員会に対して意見書を提出する権限しか持たなかった。13年CAP改革の際は、法案の修正を(農業委員会とともに)行う権限を求めたが認められず、今回ようやく

実現したのである。

したがって、次期CAP改革にはこれまでになく環境委員会の意向が強く反映される可能性が高まっている。

4 CAP改革への影響と意義

CAPの共同決定権を有する欧州議会で、環境委員会が修正案提出の権限を獲得したことの意義は小さくない。

EUでは、経済や雇用に占める農業の地位低下や、EUの政策領域拡大が続くなかで、直接支払い制度や農業予算を維持するには何らかの正当化が必要である。環境保全など農業の多面的機能はその有力な根拠を提供してきた。一方、CAPがそうした形で環境保全への依存を強めれば、環境部門の意見を反映する必要が増すことは避けられない。その結果、ついにEU機関の一角をなす欧州議会で環境委員会に権限が付与され、CAP改革に対して環境部門という農業以外の部門が大きな影響力を行使する可能性が出てきたのである。まず当面はその実効性の有無と程度が注目される。

環境委員会は農業委員会とともに欧州議会の代表として、3機関協議の場でCAPの環境関連規定について欧州委員会および理事会と直接交渉できるようになる。これを環境団体や他のEU機関の環境部門は大きな機会として捉えているのではないかと。

さらに、より長期的にみて環境委員会の権限は将来さらに拡大するか、あるいは欧州議会にとどまらず、理事会や欧州委員会で環境部門の発言権は増すのか。今回の動きはそうした問いにもつながっている。

(ひらさわ あきひこ)

(注1)しばしば「民主主義の赤字」と訳される。

(注2)2008年のCAPヘルスチェック小改革で自主的に試行。

(注3)実際、CAP改革と同じ時期に農政改革を開始したスイスでは、直接支払い制度の多面的機能への対応がはるかに進んでいる。

(注4)欧州議会では農業委員会の案を本会議にかける際などに、農業以外の分野の意見が反映される可能性がある。

(注5)現地聞き取り調査による。

(注6)CAP戦略計画規則および横断的規則。

春夏ニンジンによる「農家手取り最大化」

— JA千葉みらいの取組み —

研究員 長谷 祐

JAグループが進める自己改革では、「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」が最重点課題として掲げられている。これらの課題に対し、全農ではJAグループ自己改革の一環として、全国55JAをモデルJAとして「農家手取り最大化」の取組みを進めている。

ここではモデルJAであるJA千葉みらいと全農による、春夏ニンジンの生産を通じた「農家手取り最大化」について報告する。

1 「農家手取り最大化」とは

「農家手取り最大化」は、農業者が実感できる効果が得られるよう、モデルJAと全農・経済連がプロジェクト体制を構築して実施されている。

また、「農家手取り最大化」は、①トータル生産コストの低減、②大規模営農モデルの実証による経営改善、③人材育成を「3つの柱」としている。

「トータル生産コストの低減」では、地域の実態に応じた物財費削減・労働費低減・生産性向上等の「トータル生産コスト低減メニュー」をプロジェクトで協議・決定し、実証・普及を進めるとともに、主要作物での効果シミュレーションや新たな作物の導入等にも取り組んでいる。

また、農業者の経営収支上の効果を実際に検証するため、JA管内でモデル経営体を選定し、「トータル生産コスト低減メニュー」の実践による経営改善を図ることとしている。

2 スイカからの転換作物としての春夏ニンジン

JA千葉みらい(以下「JA」)は千葉市、習志

野市、佐倉市、八街市、四街道市を管内としている。

八街市は管内でも農業が盛んな地域であり、落花生やスイカの産地として知られている。しかし、近年では生産者の高齢化等により、重量作物であるスイカから他の作物への転換が進んでいる。

スイカの代替作物として、ニンジンやネギなどが選択されていたが、JAでは3年前に量の確保による有利販売を目的として、八街市の園芸部会である「グリーンやちまた園芸部」内に春夏ニンジンの部会を設立し、生産者の組織化を図った。

これがちょうど「農家手取り最大化」の開始時期と重なったことから、全農千葉県本部では、JAと連携して新たな作型の提案や栽培暦の作成によって、八街市での更なる春夏ニンジンの生産拡大を図ることとなった。

3 春夏ニンジンの栽培技術の開発と普及

JAがスイカの代替作物として春夏ニンジンを選択したのは、春夏ニンジンの栽培が八街市のスイカ生産者にとって、比較的ハードルの低いものであったことが大きな理由となっている。まず、八街市ではスイカの後に秋冬ニンジン栽培することが多く、生産者がニンジン栽培のノウハウを持っていた。さらに、スイカ生産に使用していたハウスやトンネルを、そのまま春夏ニンジンの生産に使用できるため、追加の投資が不要であった。

一方で、播種が冬の時期となる春夏ニンジンでは、生産者による温度管理がより重要となる。

また、収穫時期の短さも課題であり、その



トンネル(左)とべたがけ(右) (写真:全農千葉県本部提供)

拡大には、ハウスやトンネルの代わりに保温資材を直接畝にかぶせる「べたがけ」と呼ばれる新しい栽培方法が必要となった。

この温度管理の指針作成や、べたがけの作型開発は、JAと全農県本部、県の農業事務所が連携して実施した。特にべたがけについては、全農や県農業事務所が開発した技術をJAが管内に設置した展示圃で実証し、生産者に評価してもらうことが普及につながった。

この結果、生産者は①ハウス、②トンネル、③べたがけの3つの作型で春夏ニンジンの栽培ができるようになった。そして、それらの作期を意図的にずらすことによって、播種後120日を目安に収穫期を1か月以上に延長し、労力の分散と規模拡大が可能となった。

4 成果と特徴

JAと全農が連携した春夏ニンジンの生産拡大について、その成果と特徴を指摘しておこう。

(1) 成果① 新たな省力作目の開発

春夏ニンジン部会は設立当初、会員10人にも満たない部会であったものの、現在では30人弱の会員が在籍している。また、栽培面積も八街市内で10ha未満であったものが、現在は全体で35haまで拡大している。スイカから転換した多くの生産者が、春夏ニンジンの小規模から始めて、その後に規模拡大しており、これは春夏ニンジンが省力作目として生産者

に評価されていることを示している。

(2) 成果② 選果場の稼働率向上

八街市は秋冬ニンジンの産地であったことから、JAがニンジンの選果場を設立・運営していた。選果場はこれまで秋冬ニンジンの収穫期のみ稼働であったが、春夏ニンジンでも選果場を稼働させることが可能となっている。

(3) 成果③ JA管内の他産地との連携

JA管内の幕張地域(千葉市)や習志野市は、県下最大の春夏ニンジン産地である。しかし、これらの地域では都市化と生産者の高齢化によって、春夏ニンジン栽培が縮小傾向となっている。

新たな産地である八街市が幕張地域・習志野市で減少した生産量を補うことで、JA全体として出荷量の確保、有利販売の実施が可能となっている。

また、幕張地域・習志野市と八街市の生産者間で、栽培技術情報の教え合いなどの交流も始まっている。

(4) 特徴

一般的に園芸作での作目転換は、栽培や販売の面で大きなリスクを抱えることになる。しかし、本事例ではJAによる生産者の組織化や、全農千葉県本部など関係機関との連携を通じて、地域全体として取り組むことにより、そのリスクを抑えることができている。

また、管内他産地との連携やJAの施設の効率利用など、JA全体に好影響を与えているといえるだろう。

さらに、JAでは春夏ニンジンの新商品開発など、販売を強化するとともに、営農経済事業の利便性向上に向けて、窓口を再編し一本化した「経済センター」を管内の各地域に設立する計画を進めている。

JA千葉みらいは、営農経済事業の入口から出口までを包括した、JAグループだからこそできる自己改革を進めているといえよう。

(ながたに たすく)

組合員世帯への「家庭訪問活動」

— 三重県JAいがふるさとの取組み —

主任研究員 尾高恵美

三重県伊賀市と名張市を管内とするJAいがふるさとは、2018年4月の合併前から組合員世帯等への訪問活動に取り組み、合併後も継続している。目的は、組合員との結びつき・つながりをさらに深め、地域との密着をはかり諸事業の展開と協同活動を実践することである。ここでは、JAの「家庭訪問活動」の実施方法と成果について概略を紹介する。

1 家庭訪問活動の概要

JAでは、毎月2日間を「家庭訪問日」に設定して、組合員世帯と未加入利用者世帯を訪問している。訪問担当者は本支店職員が主であり、業務の特殊性を考慮し生活購買職員等を除いている。家庭訪問に合わせて、高齢者世帯を対象とする見守り活動「一声掛け運動」も行っている。

2 家庭訪問活動の計画と準備

(1) 年間の訪問計画をカレンダーで周知

本店総務部では、毎年9月ごろ、翌年の「家庭訪問日」を設定している(第1図)。家庭訪問日は全ての支店・ふれあい店(サテライト店)共通で、四半期に1回は土曜日と日曜日、それ以外は平日の2日間に設定している。

総合企画部が製作しているJAのカレンダーには、毎月の「家庭訪問日」がひと目でわかるように印刷され、全ての組合員世帯と利用者世帯に1部ずつ配付している。これにより、訪問先ではあらかじめJAが訪問する日を認識しており、支払いがある場合には用意して待

っていてくれることが多い。

(2) 労務管理

職員は、3か月単位で勤務計画を作成している。そのなかで、土曜日と日曜日に家庭訪問活動を行う際にはその日を勤務日とし、平日に休日を設定している。

(3) 新入職員への研修会の開催

新入職員に対しては、家庭訪問活動のための研修会を開催している。家庭訪問活動に関する規程や要領の説明、集金の受取証や報告書の記入方法を学んでいる。また、初回や2回目の訪問活動は先輩職員に同行して、実際の対応を覚えるようにしている。

(4) 配付資料の用意

家庭訪問では、広報誌「彩四季」や営農関係のお知らせなど毎月10種類程度の資料を配

第1図 家庭訪問活動の実施方法

計画	総務部	・年間の家庭訪問日の設定
計画	総合企画部	・年間の家庭訪問日を掲載したカレンダーの製作(12月の家庭訪問日に配付)
	総務部	・新入職員への家庭訪問活動に関する研修会の開催
	各担当部	・配付資料の用意
	総務部	・配付資料のとりまとめ、支店への連絡
	各支店支店長	・職員への担当世帯の割当 ・訪問先リストと地図の整備 ・家庭訪問での推進事項、重点説明事項、配付資料、必須事項をまとめた資料を作成し、家庭訪問日の朝礼で説明
実行	訪問担当者	・地図を活用しながら訪問を実施 ・集金、広報誌やお知らせの配付、事業推進、組合員加入促進、情報収集等を実施 ・終了後に「家庭訪問活動報告書」を作成し、支店長に提出 ・訪問先の推進につながるような情報や要望・質問を担当者に直接伝達

資料 聞き取り調査により作成

付している。何を配付するかは、総務部が各担当部と調整を行って決めている。資料の準備は、支店から必要部数の連絡を受けて、各担当部が行っている。また、重点的に説明する事項も各担当部から指示している。

(5) 担当世帯の割当と地図の準備

訪問担当職員への割当は支店長が行っている。2018年度の職員1人当たり平均担当世帯数は49戸で、うち未加入利用者世帯は1～2戸である。集金業務も行うため、担当する訪問先は3～4年ごとに変更している。

各支店・ふれあい店では、担当者別の訪問対象世帯リストと地図を準備している。広報誌やお知らせはポストに投函してほしいといった組合員からの要望も各支店・ふれあい店で管理し引き継がれている。

(6) 朝礼で重点説明事項等を説明

当日には、朝礼を実施している。支店長が、①推進事項、②今月特にお願いする事項、③配付資料、④必ず実行する事項の4点をA4で1ページにまとめた資料を毎月作成し、朝礼で配付し説明している。

時間の制約により、訪問先ですべての配付資料について説明できないため、重点的に説明する事項を絞り込んで、「今月特にお願いする事項」にまとめて指示している。また、訪問先への面談や高齢者世帯への一声掛けなど「必ず実行する事項」も毎月確認している。

3 家庭訪問活動の実行

(1) 業務内容

訪問先では、広報誌やお知らせ等の資料の配付、共済掛け金等の集金、事業推進、情報収集やJAへの質問や要望の聴取を行っている。

(2) 実施後の対応

訪問活動実施後には「家庭訪問活動報告書」

を記入する。報告書には、訪問日、面談率、集金明細、定期貯金・定期積金の満期管理、営農資材や生活購入品の受注に加えて、組合員からの意見・質問、高齢者への一声掛け運動での安否確認結果も記入している。

また、要望や質問、事業推進につながる情報は、訪問者から担当者につないで、担当者から回答するようにしている。迅速に対応するために、担当者に伝えた結果を支店長に報告している。

4 家庭訪問活動の成果

18年7月の面談率は、家庭訪問活動で47.3%、一声掛け運動で56.2%である。ポスティング希望者を除けば、年間を通してみると、訪問対象者には最低1回は面談している。多くの職員が毎月2日間で集中的に訪問することにより、多くの情報を効率的に収集できているとJAは評価している。

おわりに

JAでは合併前から30年以上にわたり家庭訪問活動の実績を積み重ねており、地域では毎月職員が訪ねてくることが定着している。さらに、訪問日を記載したカレンダーを配付して、具体的にいつ訪ねてくるかを知らせている。支店・ふれあい店が事務局となり、ポスティングを希望する世帯に関する情報も代々引き継がれ、トラブルを未然に防止する対策をとっている。これらにより、JA職員の訪問活動が違和感なく受け入れられ、日常的な会話だけでなく、家族のことや暮らしにおける困りごと、JAの事業や運営についても組合員や地域住民と対話ができる関係性が構築されているといえよう。

(おだか めぐみ)

「くらしの相談室運動」による訪問活動

— 岡山県JA岡山東の取り組み —

主事研究員 寺林暁良

JA岡山東は、組合員や地域住民との信頼関係の構築を目指して2016年5月に「くらしの相談室運動」を開始した。これは、毎月1回、主に第3土曜日の午前中を訪問日とし、全職員で管内全世帯を訪問して相談や要望などに対応する取り組みであり、組合員から地域住民にまで対応する訪問活動として注目される。以下では、JAの「くらしの相談室運動」を、PDCAサイクル(第1図)に沿って紹介する。

り、本店の総務部企画課は、運動目的や事業内容、組織体制などを整理した「運動要領」を定めた。また、主に土曜日の活動となることから、労務条件等についても整理した。

実際の運動は、管内に10ある各支店の裁量に任せられている。支店長は、月ごとの支店の訪問テーマとして「今月の重点項目」を決定する。内容の例を挙げると、「イベント告知」「直売所PR」「JAカード情報のお知らせ」「年金サービス案内」など多彩である。

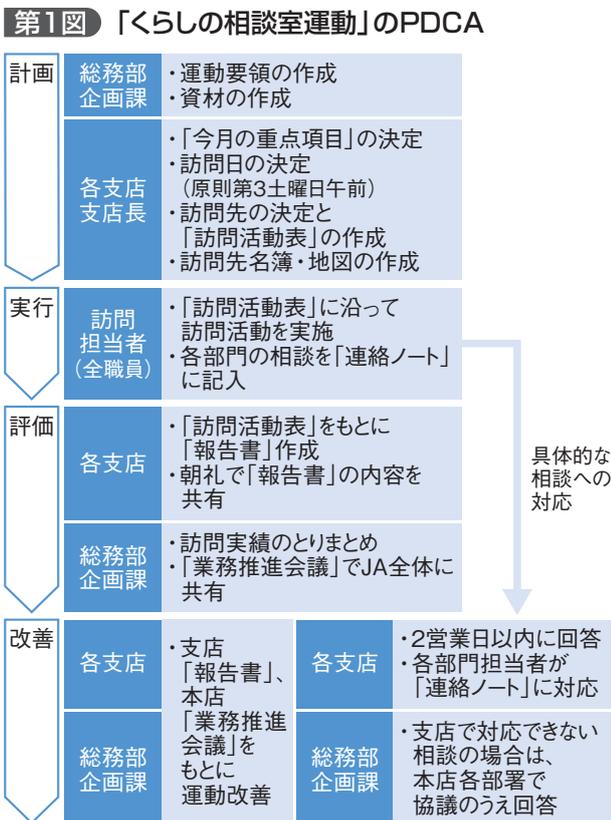
1 計画

— 訪問テーマと訪問先の決定 —

「くらしの相談室運動」を開始するにあたり、

支店長は「今月の重点項目」に沿って訪問先を決め、運動前日までに「訪問活動表」と「訪問先名簿・リスト」を作成する。「今月の重点項目」が「イベント告知」の場合は組合員以外も含めて全戸に訪問するが、「年金サービス案内」の場合は年金受給者に絞って訪問して対話にも時間をかけるため、名簿に記載される訪問件数や訪問先は月によって異なる。担当者あたりの訪問先は、前者のように全戸に訪問する場合は40~50軒、後者のように訪問対象を絞って対話を重視する場合は10軒程度となる。

訪問先が決まったら、支店長は本店職員も含めて訪問担当者を割り振る。訪問先が毎月変わるため、訪問担当者は地域で固定していない。地理に詳しくない職員が訪問担当者となる場合には、訪問先に印を付けた地図を作成する場合もある。



資料 聞き取り調査により作成

2 実行

—訪問活動表に訪問内容を記載—

運動当日、訪問担当者は支店長から「訪問活動表」と「訪問先名簿・リスト」、必要な場合には地図を受け取る。訪問は、職員単独、またはベテラン職員と若手職員のペアで行う。

運動の際、訪問先が不在の場合はチラシ等をポストイングして「訪問件数」としてカウントする。訪問先と面談できた場合には「今月の重点項目」に合わせて対話を行い、相談・要望があればそれに回答する。その場で回答できない場合には、担当者や本店につなぐため、いったん支店に持ち帰る。面談できた件数は「面談件数」としてカウントし、さらに家庭状況など事業推進につながるような情報を入手した場合には「有効情報数」としてもカウントする。

訪問活動の終了後、訪問担当者は訪問内容や伝達事項等を「訪問活動表」に記載する。信用・共済や経済などの事業に関する要望は、各部門の担当者に引き継ぐため、「連絡ノート」に内容を記載する。

3 評価と改善

—訪問実績の共有と運動改善—

訪問日の翌週、支店長は「訪問活動表」を取りまとめて「報告書」を作成する。その内容は、朝礼などの機会に支店内で共有している。訪問先から相談・要望を持ち帰った場合には、速やかに担当者に伝え、原則2営業日以内に回答するようにしている。支店で回答できない内容の場合は本店各部署に報告し、部署内で協議のうえ、支店長に回答する。

「訪問件数」「面談件数」「有効情報数」といった訪問実績や訪問で受けた相談・要望の内容は、支店長からの報告に基づいて本店の総務部企画課がとりまとめ、毎月の「業務推進会議」で共有している。会議の内容は支店長が各支店に持ち帰り、運動の改善に役立てられている。

なお、運動の17年度の実績は、「訪問件数」が46,550件、うち「面談件数」が17,925件(さらに、そのうち「有効情報数」が2,905件)にのぼっている。

4 「くらしの相談室運動」の特長

「くらしの相談室運動」には、次のような特長がある。

まず、きわめて高い網羅性を持つ訪問活動だということである。運動の訪問先は「今月の重点項目」の内容によって毎月異なっている。しかし、運動を継続することによって、年間を通してみるとおおむねすべての正・准組合員を1回以上は訪問するような取組みになっている。

また、組合員・地域住民とJA職員が相互に身近な関係を築く運動であることも重要である。運動を継続することで組合員・地域住民には「JA職員が出向いてくれるようになった」という意識が根付き始めていることも大きな成果だが、JA職員にも「JA職員は組合員・地域住民に出向くものだ」という意識が定着し始めている点も見逃せない効果となっている。

(てらばやし あきら)

オランダにおける農業データのプラットフォーム協同組合 ——「JoinData協同組合」の特性と役割——

主事研究員 小田志保

日本では、2017年8月に「農業データ連携基盤協議会」(Wagri協議会)が設立されるなど、スマート農業の進展で質量共に増えた農業データ活用を目指した組織づくりが進んでいる。

ところで、無体物であるデータは民法上所有権の対象ではなく、個人情報や著作権等以外についてはなんら規制はない。つまり、農機メーカーや製造業・小売業等の異業種との農業データの共有についても、農業者は自分のほ場から得られるデータの利用を規制する権限を持たない。

農業データの異業種との共有が進むなかでデータ利用に関する主体は農業者であるとして、欧米では、農業データ利用に関する行動規範の策定やデータという資源の所有権を農業者に帰属させる組織体制づくりが進む。EUの行動規範の策定とオランダの大規模農協等が共同で設置した「JoinData協同組合」(以下「JD」)を紹介したい。

1 EUで進む農業データ保護の強化

米グーグル社等のGAFAとよばれる巨大プラットフォームへの対抗措置として、EUでは「EU一般データ保護規則(GDPR)」が18年5月に施行され、個人情報の処理と移転に関する規制が強化された。

さらに、個人情報以外についても、EUの農業・食料セクターでは農業データの収集・加工・移転において、農業者の基本的権利の保護の強化が進んでいる。その一例が「農業デ

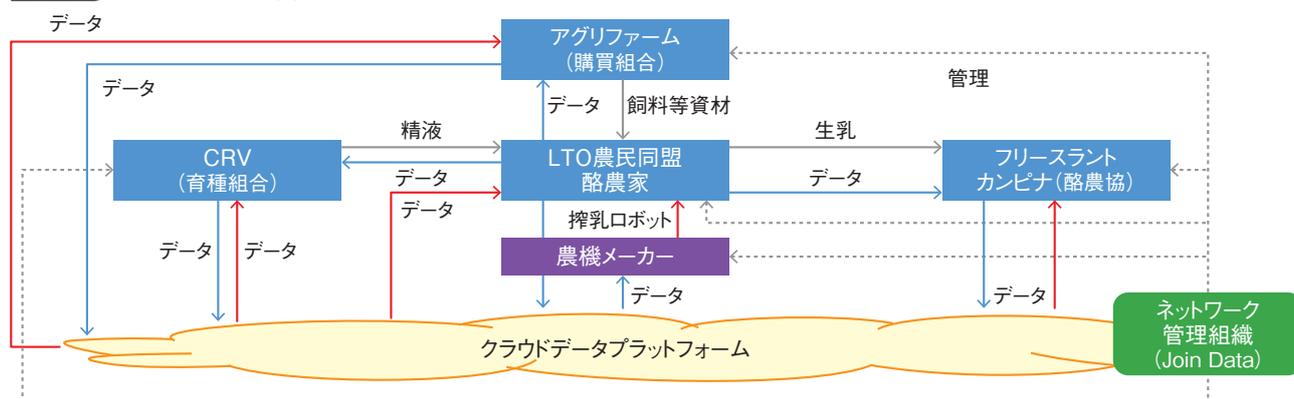
ータシェアの契約締結に係るEU行動規範^(注1)」である。同規範に、欧州最大の農協・生産者団体であるCopa-Cogecaや、生産資材および食品製造・販売・輸出の利益団体ら12組織からなる「アグリ・フードチェーン連合(afcc)」が18年4月に署名した。

同規範が提唱するのは、農業・食品のサプライチェーンで農業データを多様なプレーヤーへ移転する場合に、農業者が透明性や公平性のある契約を締結することである。同規範によると、個人情報以外の、ほ場や農作業中に発生した農業データの所有権は農業者に帰属するべきで、それらのデータを移転する際は必ず農業者の合意を必要とする仕組みづくりが重要である。

なお、このように農業データの利活用での農業者の権利保護を目指す動きの背景には、農業データが大企業に利益をもたらし、サプライチェーンにおける大企業の交渉力がますます巨大化するという農業者側の恐れがある。例えば、米国の精密農業用サービス「フィールドスクリプト」の開発者であるITベンダーが、モンサント社等のグローバルな大企業に買収された際、農業者は大きく反発した^(注2)。

一方、農業者が主体となったデータ共有を目指しているのが、データ移転にかかる交渉やデータ管理を行う協同組合やNPOであり、欧米で組織化が進んでいる。オランダの事例で、複数の農協等が共同で設置したデータハブ基盤であるJDの概要をみていく。

第1図 JoinDataが管理するクラウドデータプラットフォームの概要



資料 Wolfert, Versteegen, Poppe(2018)を総研翻訳

2 JoinData協同組合の概要

JDの誕生は、オランダの大規模な酪農協や資材購買組合等の3組合が共同出資し、16年に発足した「スマート酪農フレーミング財団」に遡る。17年に、この取組みは同国の農民団体LTO等2団体の参加を得、また意思決定等について協同組合形式を採用することを明らかにした。18年初頭には、データ接続の開始が報じられ、またラボバンクの戦略的投資ファンドRFVおよび砂糖や馬鈴薯の2つの大規模組合が参加することとなった。

JDの会員は農協であり、その組合員は、JDが管理するクラウドデータプラットフォームの招待を受け、自身で参加を決定する。JDのクラウドデータプラットフォームは、参加する組合員の財務と技術に関するデータを農協等から集め、農業用アプリのITベンダーがアプリ開発を行う。例えば酪農協の乳代支払いと資材購買組合の飼料代金請求のデータか

ら、酪農経営の効率性向上のためのアプリが誕生する(第1図)。特筆すべきはJDでは、農業者自身がデータの提供をダッシュボード上^(注3)で決定できる点にある。

JDの会員である農協等は、同一の金額を出資し、一組合一票の意思決定にかかる権利をもつ。JDが協同組合形式を採る理由は、民主主義的な意思決定のもと、各農協等の独占的で利己的な行動が抑制されるからである。

3 日本への示唆

JDの事例からは、農業データの利活用での農業者を主体とする体制づくりが進んでいること、また、そこでの農協や協同組合の仕組みへの高い評価がうかがわれる。さらに、組合員にとっては、取引データの提供が農協等を通じ自動的に行われ、負担は少なく、移転先のチェックを組合員自身で行える点も注目される。これらは日本で同様の仕組みを考える際、大いに参考になる。

(注1)原文は「EU Code of conduct on agricultural data sharing by contractual agreement」。

(注2)The Economist誌デジタル版(14年5月24日)。
<https://www.economist.com/business/2014/05/24/digital-disruption-on-the-farm>

(注3)複数の情報源からデータを集め、概要をまとめて一覧表示する機能。

<参考文献>

・Krijn J. Poppe, Jos Versteegen, Sjaak Wolfert (2018), "Collective Action in Farm Data Management", Paper presented at the ICA 2018 Research Conference.

(おだ しほ)

JAファーマーズマーケットにおける交流・体験活動の実態

和歌山大学 食農総合研究所 教授 岸上光克

1 はじめに

JAファーマーズマーケット(以下「JAFM」)をみると、必ずしも共販に対応できない兼業・高齢農家等の出荷先として機能し、JA販売事業とともに、地域農業の維持に大きな役割を果たしてきた。現在、農産物直売所は全国で23,590店舗設置されており、うちJAFMは2,040店舗(8.6%)となっている一方で、1事業体当たりの年間販売金額をみると、全国の4,229万円に対して、JAFMは17,032万円と運営主体別では最も高くなっている(農林水産省2015年度6次産業化総合調査報告)。最近では、直売所間の競合に加えて、インショップやスーパーの地場産コーナーの展開が増えたこと等で、スーパー等との競争も激しさを増しているが、今後一層の地域農業の縮小や担い手の減少が危惧されるなか、JAFMは特徴ある新たな活動展開が求められている。

本稿では、和歌山大学食農総合研究所が実施したアンケート調査の結果(『農業協同組合名鑑(平成29年版)』に記載されているJAFMを有する506JAに対して、2018年2月実施、回収数147、回収率29.1%)をもとに、JAFMにおける交流・体験活動の取り組みについて、その実態と課題を把握する。

2 交流・体験活動の取組実態

第1図は、JAとJAFMがそれぞれ主体的に取り組んでいる交流・体験活動の実態を示している。JAが取り組んでいる活動として、「食育」

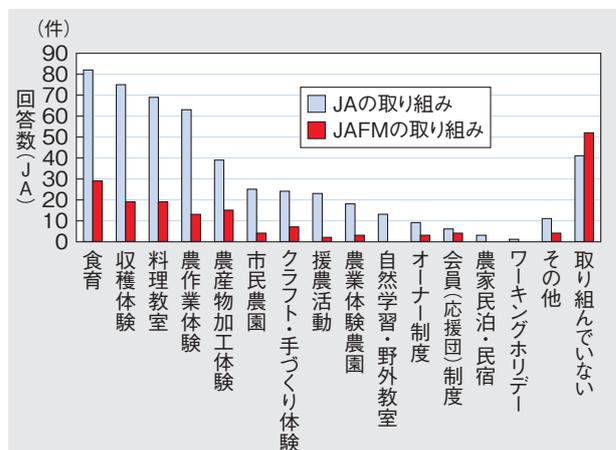
(82JA)が最も多く、次いで「収穫体験」(75JA)、「料理教室」(69JA)、「農作業体験」(63JA)、「農産物加工体験」(39JA)となっている。JAFM(55店)が取り組んでいる活動は少なく、そのなかの取組みでは「食育」(29店)が最も多く、次いで「収穫体験」(19店)、「料理教室」(19店)、「農産物加工体験」(15店)、「農作業体験」(13店)となっている。

以上から、JA自体では半数以上が食育や収穫体験に取り組んでおり、40%以上が料理教室や農作業体験に取り組んでいる。一方で、JAFMでは独自に交流・体験活動に取り組んでいるところも少なからずみられるが、その数は少なくなっている。

3 交流・体験活動がもたらす効果

交流・体験活動のもたらす効果をみると、「地元農産物に対する理解向上」(「効果がある」

第1図 JAとJAFMにおける交流・体験活動の実施状況



資料 和歌山大学食農総合研究所「交流・体験型農産物直売所アンケート調査結果」(2018)

と「やや効果がある」合わせて82%)、「消費者の農業に対する理解向上」(同74%)、「農家の生きがい、やりがいづくり」(同59%)、「農家の消費者との交流意識向上」(同55%)などが肯定的な回答であった。また、JAFM販売額や来場者の増加に「効果がある」、「やや効果がある」との肯定的な回答は40%程度となっている。

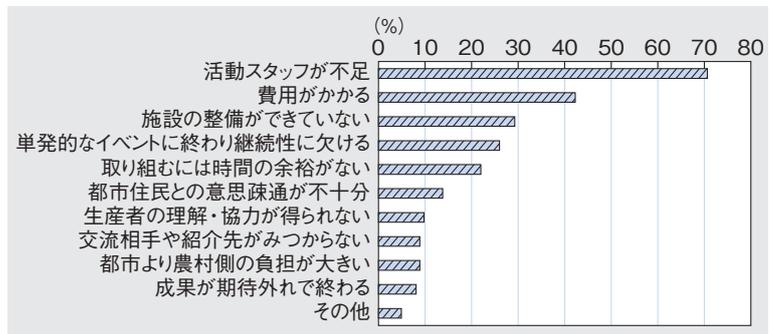
以上から、JAFM(担当者)は、交流・体験活動に取り組むことによって地域の農業や農産物に対する消費者の理解促進、農家の生きがいづくりや消費者との交流意識の向上などの間接的(ソフト面での)効果を実感している。

4 交流・体験活動の問題点と今後の方向性

第2図は、交流・体験活動に取り組むにあたっての問題点を示している。「農協では活動スタッフが不足している」(71%)が最も多く、次いで「費用がかかる」(42%)、「取り組むには施設の整備ができていない」(29%)、「単発的なイベントに終わり継続性に欠ける」(26%)、などとなっている。JAFMにおいては、販売活動が中心と位置づけられているため、現在の体制では交流・体験活動などの活動に取り組むことが難しいと考えられる。

今後の方向性をみると、都市住民との交流・体験活動を「盛んにしたい」が51%、「現状維持・このままでよい」が49%となっているが、こうした活動を「縮小したい」との回答はなかった。また、「盛んにしたい」との回答のあった店舗をみると、販売額が「1億円未満」で36%、「1～5億円」で42%、「5～10億円」で53%、「10億円以上」で73%となっ

第2図 交流・体験活動に取り組むにあたっての問題点



資料 和歌山大学食農総合研究所「交流・体験型農産物直売所アンケート調査結果」(2018)

ており、規模が大きい店ほど、その割合は高くなっている。盛んにしたい取組みは「農業体験」、「収穫体験」といった農業の体験活動をはじめ、食育、料理教室、援農活動、農家民泊、農福連携など、多様な活動があげられている。

5 おわりに

JAFM利用者のなかには、単に食材調達の間場として訪れるのではなく、生産者との交流や農業体験を希望する消費者も多くみられる。例えば、和歌山市内のJAFM利用者に対するアンケート調査において農業体験農園利用を希望した回答者は、全体の24%にもものぼっている(和歌山大学観光学部藤田研究室2016年度調査)。

JAFMにおいては、単なる「農産物販売の間場(販売額向上を目的とした)」にとどまらず、消費者(准組合員)の地域農業の理解醸成と地域農業振興のためJAFMを核とした消費者との交流・農業体験活動が新たな展開策の一つとして考えられるのではないだろうか。

(きしがみ みつよし)

イラストを活用した経営理念の実現

— 伊豆沼農産の事例 —

主任研究員 尾中謙治

1 食農体験ファーム「ラムサール広場」

1988年に創業した有限会社伊豆沼農産(宮城県登米市)は、農業生産(養豚、水稻、果樹)をはじめハム・ソーセージなどの加工品製造、直売所・レストランの運営、食農体験等を行っている農業生産法人である。設立当時から、経営理念として「農村の産業化」を掲げ、地域一貫生産販売体制システム(地元農産物を加工・販売)を確立している。04年にはそれを進化させた「プロジェクト-I^{アイ}(地域住民が地域の宝物を再発見し、それを誇りに思い、お客様を誘客する)」を策定し取り組んでいる。

その具体的な取組みのひとつが15年6月にオープンした食農体験ファーム「ラムサール広場」である。伊豆沼農産のある新田地区には、ラムサール条約登録湿地「伊豆沼」などの豊かな自然環境があるものの、観光客と地元住民との交流がほとんどなく、観光客も減少傾向にあった。そのようななか、都市と農村をつなぐ「場」として、伊豆沼のほとりにラムサール広場が造られたのである。敷地3.2haの広場内には、都市農村交流施設、生ハム体験工房、野菜畑や果樹園(農園2ha)、ヤギ・羊とのふれあい牧場などが設置されており、食農体験イベントや環境教育プログラムが提供されている。イベント等の運営にあたっては、地元の農畜産業や食文化、郷土芸能などを教えることができる地元の高齢者を講師としており、広場は地元住民が活躍できる場にもなっている。

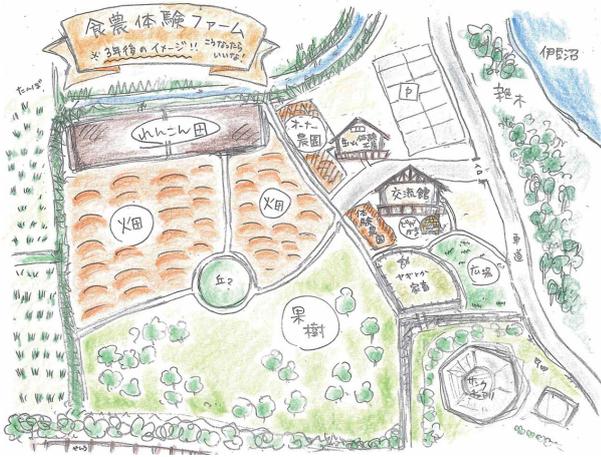
このように新田地区の地域資源をラムサール広場に集めることによって、観光客等には新田地区を知ってもらうための入口に、地元の子どもたちには自分たちが住む地域の魅力を再体験・発見してもらうための場にしたいという伊豆沼農産の思いがある。今後は、ラムサール広場を通じて地域内への一層の観光客の誘致と農泊の需要創造にもつなげようとしている。なお、このような伊豆沼農産の地域づくりに関連する取組みは、地域住民と話し合い、何を望んでいるかを確認し取り組んでいる。

2 「なりたい未来」のイラスト化

大規模な施設であるラムサール広場の開設にあたって、当初は完成のイメージが社員間でバラバラのため、共有ができていなかった。そこで、社員は協力して3年後の食農体験ファームの姿・ビジョンをイラストにする作業に取り組んだ。「こうなったらいいな」というワクワク感をもって社員は描いていき、何度かの修正を経て「なりたい未来」のイラストが完成した(第1図)。

イラストによって、社員間での目標の明確化と共有が図られた。また、社員たちが自ら描いたことによって、社員個人のモチベーションだけでなく、社員全体のモラル(士気)も高まり、取組みへの責任感も付与された。長期的な取組みでは、途中でモチベーションが下がることが多いが、イラスト化によって

第1図 社員で創作した食農体験ファームのイメージ図



資料 伊豆沼農産

「なりたい未来」を継続的にイメージすることができ、モチベーションの維持も図られている。まだ改良は加えられているが、ほぼイラストどおりのラムサール広場が現在、完成している(写真1)。

社員はイラストによって、「なりたい未来」を実現するために、これから何をすれば良いかということのを発想し、前向きに着実に取り組むことができている。これは「なりたい未来」を起点として「現在」を考える「バックキャストイング」といえる。通常は「現在」を起点として企画を考え、現在の仕事の延長線や時間的制約からの発想で、社員が熱意をもって取り組める企画ができないケースが多い。それに伴い社員のモチベーションや責任感も低くなる傾向がある。

3 経営理念の浸透

社員がワクワクしてラムサール広場の開設に取り組めた要因は、社員が「なりたい未来」を思考したこととそのイラスト化だけではなく、その前提として経営理念の社員への浸透と社長が社員の能力(発想力や実行力など)を信



写真1 実現した食農ファーム「ラムサール広場」
(写真：伊豆沼農産提供)

じて企画・実行を社員に一任したことも大きいといえる。

伊豆沼農産では、社長自らが「農村の産業化」という理念・ビジョンを掲げ、加工販売やレストラン事業などを実現している。会社の理念と行動が一致していることを、社員たちは理解しており、社員は理念に賛同し業務を行っている。伊豆沼農産の理念は、会社のためだけでなく、地元農家、地域住民、お客様に役立つことも目指しており、それに共感して入社を決めた社員もいる。

ラムサール広場もその理念の実現の一環で、決して利益だけではなく、地域活性化・貢献に役立つことも開設目的としている。これに基づいて社員はアイデアを出すことができ、自分たちの納得のできる「なりたい未来」を描くことができている。

イラストを活用したことによって、「自分たちで決めた」という「自己決定感」、「自分たちならできる」という「有能感」が社員に付与され、「社長が任せてくれた」という「期待感」も伴って社員のコミットメントが高まり、充実した食農体験ファームの実現が促されている。

(おなか けんじ)

農林金融2018年10月号

ドイツにおける
エネルギー協同組合による地域運営

(寺林暁良)

欧米の新しい協同組合のなかには、地域課題の解決や地域の暮らしの支援を担う視点、すなわち地域運営の視点を強く持つことで、地域内で存在感を高めている事例がみられる。

協同組合銀行が主導して設立したオーデンヴァルト・エネルギー協同組合(EGO)は、太陽光発電などのエネルギー事業にとどまらず、地域の交流・文化の拠点づくり、保育施設の建設などの地域運営にまで取組みの幅を広げている。EGOの地域運営は、①地域住民や組合員のニーズに沿って展開してきたこと、②経済・社会の両面の価値創造につながっていること、③自治体機能を補完・代替していること、などの特徴があり、地域に根差した協同組合の役割を改めて考えるために示唆的である。

共生社会の実現に向けて

(古江晋也)

2016年6月、政府は「一億総活躍社会の実現」を掲げ、「ニッポン一億総活躍プラン」を閣議決定した。このことが追い風となり、近年では女性活躍や高齢者雇用が進展しつつある。一方、障がい者雇用の分野では、法定雇用率が引き上げられたこともあり、障がい者の雇用者数は年々増加しているが、まだ知的障がいや精神障がいのある人々や知的境界域の人々の就労の場が少ないという現実もある。

そうしたなか、本稿では、長野県松本市に本所を置く松本ハイランド農業協同組合の農福連携、生活クラブ虹の街(千葉県)を母体として設立された社会福祉法人生活クラブ風の村のユニバーサル就労の取組みを概観することで、誰もが就労できる事業モデルのあり方を検討する。

農林金融2018年11月号

農協における
他組織との効果的な連携と展開

(尾中謙治)

農協による地域活性化・貢献活動に対する取組みは、少子高齢化などの進行に伴い一層重要になっていくと考えられる。一方で、農協が単独で取組むには人的、経営的に限界があり、今後は同じように地域に根ざした他組織と連携・協力することが効率的・効果的である。

本稿では農協と大学・鉄道会社との連携事例を紹介し、その後ドラッカー財団の分類を参考に、連携の基本的な3類型を提示する。地域活性化・貢献活動にあたって、農協は3類型のなかのひとつであるインテグレーション型(共通目的)の連携を、地域に根ざした他組織と進めていくことが重要と考える。最後に、インテグレーション型の連携にあたってのプロセスとその留意点などを整理する。

群馬県内の市町村による空き家対策と
農協系統の取組み

(多田忠義)

群馬県内に存在する空き家の戸数は増加しており、住宅数に占めるその他の住宅空き家の割合は全国に近い水準である。空き家対策を進める群馬県内の一部の市町村は、独自の空き家対策条例制定や補助事業の実施で先行していたが、空家等対策の推進に関する特別措置法が15年に施行されて以降、多くの市町村は様々な対策を講じている。

群馬県内の農協系統2団体は、不動産事業を通じて空き家発生の抑制や空き家の適切な管理に貢献している。このうち1つの農協では、町が実施する空き家の利活用の取組みを支援している。

農協系統が空き家対策に積極的に関与してもらいたいと考える自治体も存在する。それゆえ、空き家の観点で既存事業を位置づけるなど、空き家対策への関与を検討すべきである。

農林金融2018年10月号

モンドラゴンに学ぶ地域社会における 協同組合の役割

(坂内 久)

スペインのバスク地方でおよそ60年の歴史をもつモンドラゴン協同組合グループは工業生産中心の労働者協同組合である。国際協同組合同盟(ICA)の1980年大会のレイドロウ報告がワーカーズ・コープの模範例としてあげたことにより、広く世界の協同組合人に知られるようになった。

本稿では、製造業を中心に販売業や金融・共済、大学、研究機関など、グループとして多事業を兼営・展開し、かつ地域社会において数々の役割を果たしていることに着目し、協同組合と地域社会の関係性を探るなかで、「平等」と「連帯」に基づいた「相互支援」と「地域社会への貢献」がうっすらと見えてくる。働きかける対象は違っても、協同組合としての普遍的な目的や役割は共通する。日本の総合農協における協同組合と地域社会の在り方の参考になる。

農林金融2018年11月号

(情勢)

2016年の農業経営の動向

(長谷 祐)

2016年は農産物価格の上昇と生産資材価格の低下など、農業経営を取り巻く環境が良化した。その結果として、農業総産出額が2000年以来の9兆円台となり、個別農業経営体の総所得も15年と比較して増加している。営農類型別で見ても、水田作、野菜作、果樹作、酪農、畜産のいずれでも、農業粗収益と農業所得の増加が見られる。

一方で、農産物の価格上昇の要因は需要の増加によるものではない。水田作では政策的に進められた生産調整、青果物(野菜・果樹)では天候不順による生産量の減少、酪農・畜産では繁殖牛飼養頭数の減少による牛の取引価格の上昇が指摘できる。

様々な環境リスクが拡大するなかで、今後も農業経営の持続性確保に向けた取組みが求められよう。

金融市場

2018年10月号

潮流 キャッシュレス社会の実現に向けて

情勢判断

(国内)

安倍首相続投で成長重視のアベノミクス路線は継続

経済見通し

2018~19年度改訂経済見通し(2次QE後の改訂)

情勢判断

(海外)

- 1 ひっ迫度合いが増す労働市場
- 2 下振れ圧力が高まりつつある中国経済

分析レポート

新興国を取り巻くリスクと欧州経済

連載

金融機関の新潮流

経営改革に取り組む宮崎県南部信用組合

海外の話題

米国で拡大するクラフトビール

2018年11月号

潮流 AIの進化と資本主義の未来

情勢判断

(国内)

弱い輸出・生産や相次ぐ自然災害で景況感は頭打ち

(海外)

- 1 中立金利まで依然として距離のある政策金利
- 2 内需の弱さを受けて予想通り減速した中国経済

分析レポート

- 1 欧州で強まる経済成長への向かい風
- 2 製造業と地域経済(1)
- 3 連携を生かした七十七銀行の観光振興の取組み

海外の話題

「高速鉄道」と「橋」と「GBA」

潤いを失った日本を潤す農業・農協

南アルプス市農業協同組合 代表理事組合長 小池通義

自然を食い尽くして栄えた20世紀、今や子供から大人まで多くの人間が精神的にも肉体的にも退化し、弱くなっています。倫理観が薄れた社会では耳を背むけたくなる、戦慄を覚えるニュースが絶えません。私たちは、もっと便利に、もっと経済を豊かにしようと科学を発展させようと追いつける時代は終わりにしなくてはなりません。人間の欲望を満足させるのではなく、これからの開発は「発展と調和」を基調に心の開発「心田」をせっせと耕し、人間本来の魂の安らぎを取り戻す時ではないでしょうか。子子孫孫に引き継ぐ社会を如何に築いていくか、それには農山村(地方)をどういう形で活性化していくかが大きなテーマではないかと思えます。国があって地方があるのではなく、日本の生い立ちは農耕民族ですから農民の苦労の跡から滲み出る汗の結晶と協同の精神のもと、農山村が形作られ、その集合体として国造りへと向かっていった事を忘れてはなりません。

今、私達は20世紀の反省を踏まえて土への回帰をキーワードにしていく必要があります。そこには自然があり、食を生み出し農作業などを通じて編み出してきた伝統文化、コミュニティもまだ存在する地方の資源をもう一度見直して再生する手当は何か、それは最後に残された日本の強みともいえる農山村(地方)をしっかり再生することによってのみ可能となると思えます。人間は生きていく前提として衣食住を必要とするときは、いつでも手に入れなければなりません。その内で最も大事な命を繋ぐ食の分野によって生計を支えているのが農業者であります。その農業・農家が競争の原理でなく相互扶助の精神を以て組織したのがJAであります。

その歴史を紐解くと、農民の苦労をいつも支え地域コミュニティを築いてきたJAの姿が見えます。明治6年の「地租改正」により年貢(物納)から貨幣で納める税制に変わり重税に

苦しむ農民の実情を憂い、農民の没落を防ぎ、国そのものが危なくなるのを防ぐため明治33年に「産業組合」が生まれ、昭和5年の昭和恐慌を経て、産業組合は農村地域に大きな力を発揮しました。戦時体制に入り「農業会」に改組され、国家統制の代行機関となり、敗戦により「農業会」も解散させられ、戦後の民主化の中で「農地改革」により農民は自作農となることになりました。この農地改革の成果を守る農民の経済組織としての役割を担ったのがJAであります。それから今日までJAは総合事業を通じて農業分野のみならず地方においては都市並みの生活インフラ、サービスを提供し農業・農村・地方の発展に広く貢献し、今もその進行形にあります。JAは過去から未来にかけて地方創生の一翼を担いながら、農業者の生活を守り、地域社会活性化への貢献を目指しています。食料と農村を置き忘れた農業所得増大だけの政府のスタンスには同意できません。

結びに私たちが考える農家・JAの仕事の定義について改めて考えてみたいと思います。「仕事」は事に仕えると書きますが、仕えるという事は偉大な存在の方に従い奉仕する事です。農家の受け持つ農作業という「仕事」は「農作物」に仕えるという事になります。JAの「仕事」は雇用主である農家(組合員)に仕えるという事になります。言い換えれば農家は仕事の対象となる作物を、JAの役職員は組合員(農家)を尊び、敬い、感謝の念を以て与えられた仕事(役割)に、一生懸命取り組む事によって農業者は使命感や誇りを以て世にはばかって生活をエンジョイして頂きたい。又JAは雇用主であります組合員・地域からなくてはならない立ち位置を掴むことが出来るのではないのでしょうか。

「桃李もの言わざれども下自ら蹊を成す」そんなJAを目標に雅日本まほろばにほんの一翼を担わせて頂くよう一意専心邁進してまいりたいと思います。
(こいけ みちよし)

農中総研のホームページ <https://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11月号(第69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:<https://www.nochuri.co.jp>
E-mail:hensyu@nochuri.co.jp