

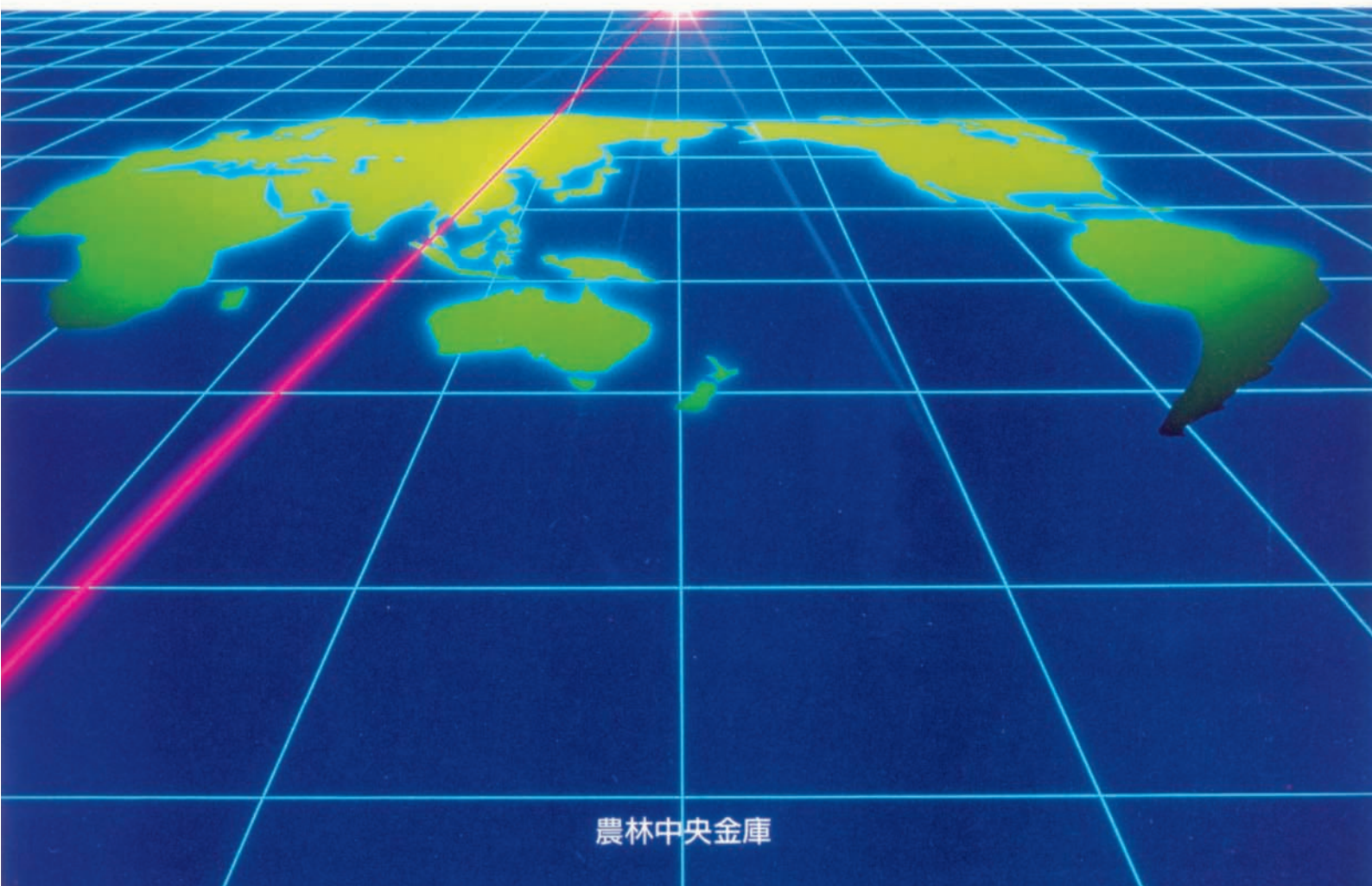
農林金融

THE NORIN KINYU
Monthly Review of Agriculture, Forestry and Fishery Finance

2007 **3** MARCH

農水産物流通の現状と課題

- 野菜輸入の動向と課題
- 水産物産地市場の現状と課題
- 組合金融の動き



中国の農村金融改革と我が国農協制度

昨年、我が国の農協、農村金融制度について中国の農業金融関係者に説明する機会があった。現在の中国においては、都市部と農村部の所得格差が極めて大きな社会問題となっており、農村部の経済発展を阻害している大きな要因の一つとして考えられているのが、農村における金融機能の著しい遅れである。この農村金融改革の方向の一つのモデルとして、我が国農協が農村金融に果たしてきた役割が注目されている。

我々の説明は、歴史的な視点から、農協を中心とする日本の農村金融制度が、いかにして農村の維持・発展に寄与してきたかについて、中国側関係者の理解を求めることにあったが、我が国の制度をそのまま現在の中国に適用することには障害も多い。中国の関係者に理解を求め、議論する過程は、同時に、我が国の農協制度がいかにして成立し得たかを自ら省み、今まで当然のこととして受け入れてきた我が国の社会的・制度的条件がいかに貴重なものであったかを再認識する過程でもあった。

一つの驚きであったことは、かつての我が国農村において当然のように存在していた「村落共同体」的な考え方が、現在の中国においては希薄化し、むしろ協同組織の導入に反感をもたれる傾向すらあるということであった。かつての人民公社による、いわば「強制された共同体」に対する反発が、自発的・民主的な共同体の形成をも阻害している可能性があるということである。我が国の制度が、国の政策的意図のもとに導入されたものであったにせよ、その基盤にあった村落共同体の思想が、制度の定着・発展にいかに重要であったかが改めて認識されることとなった。

再認識の第二は、我が国農協の総合事業制が、経済的に弱い立場にあった農民の力を結集するうえでいかに重要であったか、という点である。現在、中国の農村部においては、信用合作社という、信用事業のみを行う協同組合組織が存在する。しかし、農作物の販売を個々の農家が集荷業者との相対取引で行い、かつその取引の大半が現金決済で行われることから、貸付のほとんど唯一の担保手段である農産物、その販売代金とともに、信用合作社がそれを補足する手段がない。決済性預金の歩留りに乏しく、吸収する預金の大半は金利の高い貯蓄性預金であり、高い貸倒率と相まって、貸付金利は高利とならざるを得ない。農業収入の不安定性、万一の事故等をカバーする共済の手段も持たない。これらが、ただでさえ乏しい農村部への資金還流のパイプをさらに細くするといった悪循環をもたらしている。

現在、農村金融改革の方向として、中国当局の中には大きな路線の対立があると言われている。一つが上記のような協同組合形態の金融機関を利用する方向であり、いま一つが農村部における金融機関を商業銀行化し、市場メカニズムを活用しようとする方向である。現在の状況を見れば、市場メカニズムの盲目的な信奉は、弱者の切り捨て、信用不安の増大により、農村経済、農村金融機関に壊滅的な打撃を与えかねない。中国農村の自律的発展のためには、たとえそれが遠回りに見えようとも、農民の協同意識の育成と、弱い事業基盤の相互補完が可能な協同組織の形成が極めて重要であるように思われる。

((株)農林中金総合研究所基礎研究部長 原 弘平・はらこうへい)

今月のテーマ

農水産物流通の現状と課題

今月の窓

中国の農村金融改革と我が国農協制度

(株)農林中金総合研究所基礎研究部長 原 弘平

野菜輸入の動向と課題

藤野信之 — 2

水産物産地市場の現状と課題

出村雅晴 — 15

談話室

農村の団塊世代

北海学園大学教授 太田原高昭 — 28

情
勢

地域住民・地域社会への農協の取組み

——平成17年度農協経営力調査結果から——

(財)農村金融研究会副主任研究員 尾中謙治 — 30

組合金融の動き

インターネットによる金融商品・ サービスの利用状況

重頭ユカリ — 36

統計資料 — 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。

野菜輸入の動向と課題

〔要 旨〕

- 1 近年野菜の輸入が漸増し、2005年では約300万トンと国内需要量約1,500万トンの21%を占めるに至っている。輸入野菜を形態別にみると、生鮮野菜が100万トン強で増加傾向が強く、次いで冷凍野菜が80万トン、その他がまとめて100万トン弱で、うちトマト加工品、その他調製野菜が増加傾向にある。
- 2 輸入先国別にみると、中国からの輸入量が圧倒的に多く、全体の56.9%、165.4万トン（05年）を占めて増加傾向にあり、輸入野菜全体の輸入増の主因となっている。2位は米国の17.8%、51.7万トン（同）で、近年減少傾向にある。中国産野菜の価格競争力は強く、全体輸入単価を押し下げ、生鮮ブロッコリー、スイートコーン（その他調製野菜）では主力輸入先である米国のシェアを切り崩しつつある。
- 3 05年の生鮮野菜輸入量の上位10品目の価格を、国内卸売市場価格ベース（04年）で国産品と比較してみると、すべての品目で国産品の価格が上回っており、にんにくを除く9品目の単純平均で1.6倍となっている。
- 4 主要な輸入野菜は5品目とも近年（98～04年）輸入量シェア（＝100－自給率（％））が上昇傾向にある。04年におけるシェアは、高い順にさといも（31.4%）、たまねぎ（22.7%）、ねぎ（12.6%）、にんじん（11.6%）、キャベツ（5.3%）となっている。
- 5 国内野菜の生産量は、82年の1,678万トン以降減少が続き、05年では1,248万トン（82年の74%）となった。これは、1人1年当たりの消費量の減少による需要減と、野菜輸入増、生産者の高齢化による規模縮小等が複合的に生じた結果となっている。
- 6 国内野菜販売農家の規模拡大は、徐々にではあるが進んでいる。一方、野菜販売農家の年齢層別の農業従事者割合の動向を見てみると、95年に28.5%だった65歳以上の割合は、00年には34.8%に上昇しており、高齢化と後継ぎ（農業後継者）不足が進んでいる。
- 7 野菜生産の低コスト化はいずれの産地においても避けて通れない課題であり、そのためには、機械化の一層の推進等が必要なものと考えられる。しかしながら、輸入產品との価格差は非常に大きく、国内產品は鮮度や「安全・安心」を中心とする国産プレミアムを確保しつつ、加工・業務用需要へも的確に対応していく必要がある。

目次

はじめに

1 野菜輸入の動向

(1) 野菜需給の長期的動向

(2) 形態別の輸入動向

2 主要野菜の輸入地位と国内産地の動向

(1) 主要野菜の輸入地位

(2) 国内野菜産地の動向

3 国内産地の課題

はじめに

近年野菜の輸入が漸増し、2005年では約300万トンと国内需要量約1,500万トンの21%を占めるに至っている。輸入野菜を形態別にみると、生鮮野菜が100万トン強で増加傾向が強く、次いで冷凍野菜が80万トン、その他がまとめて100万トン弱で、うちトマト加工品、その他調製野菜が増加傾向にある。

これは、プラザ合意後の円高基調のもとで、バブル崩壊後のデフレ傾向のなかでの消費者の低価格志向、および食の簡便化、外部化の進展等が複合して生じてきたものである。輸入割合から輸入野菜の需要先を見てみると、粗食料全体における輸入割合が15%となっているなかで、家計消費需要^(注1)の輸入割合が2%、加工・業務用が26%と、食の簡便化、外部化を担う加工業者、外食・中食事業者の輸入割合が大きくなっており、輸入野菜の増加は加工・業務用需要が牽引している。

国内野菜の産出額は、90年代以降農業産出額の25%程度で推移し、稲作、畜産と並ぶ基幹部門であり、米価の下落もあって04

年には24.6%とコメ(22.8%)を上回った。しかしながら国内野菜生産量は、輸入野菜増と国内消費減に挟撃され、全体としては長期的な減少傾向にある。

そこで、本稿では近年における野菜輸入の動向を整理するとともに、対応する国内産地の動向を概観して、その課題について確認してみることとしたい。

(注1) 小林茂典(2006, 13頁)、指定野菜14品目からばれいしょを除く13品目に関する推計値(00年度)。なお、05年度の速報値では、加工・業務用需要における輸入割合は32%と6ポイント上昇した(07年1月聞き取り)。

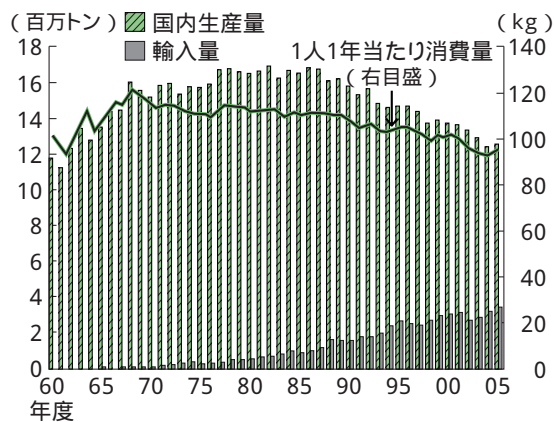
1 野菜輸入の動向

(1) 野菜需給の長期的動向

国内野菜の生産量は、82年の1,678万トン以降減少が続き、05年では1,248万トン(82年の74%)となった。これは、1人1年当たりの消費量の減少(89年の110.6kgが05年には96.2kg)による需要減と、野菜輸入増、生産者の高齢化による作付面積の規模縮小等が複合的に生じた結果となっている。

1人1年当たりの消費量の減少は、食の簡便化志向のなかでの若年層を中心とした野菜離れが主因となっている。

第1図 野菜の生産量・輸入量・消費量の長期推移



資料 農林水産省「食料需給表」から作成
 (注)1 国内生産量+輸入量=国内需要量 (輸出量は僅少のため省略)
 2 05年度は概算値。

野菜の輸入量は85年ごろから徐々に増加しており（第1図）、このため、野菜の自給率は89年には91.4%だったが、05年には78.8%と傾向的に低下してきた。また、野菜の作付面積は92年の63.1万haから減少傾向が続いており、04年には51.9万ha（92年の82%）まで減少している。

（2）形態別の輸入動向

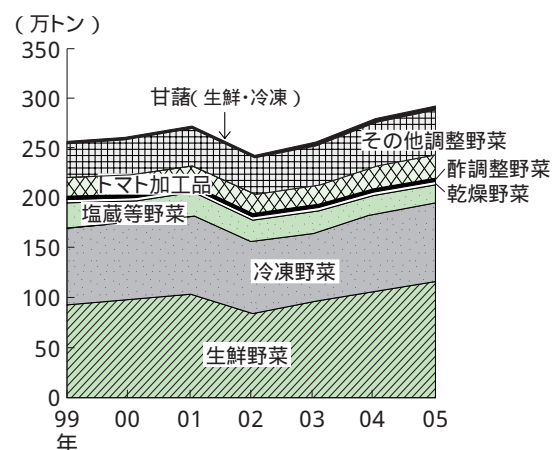
a 全体動向

近年における野菜輸入量の動向をみると、01年のセーフガード暫定発動（生しいたけ、ねぎ）による生鮮野菜の減少を主因に02年にはいったん減少したが、その後は生鮮野菜の増加を主因に増加傾向にある（第2図）。05年の輸入量は290.5万トンで、生鮮野菜が111.4万トン（野菜輸入量全体の38.3%）、冷凍野菜が81.4万トン（同28.0%）と、この2つで66.3%を占めている。次いで、その他調製野菜47.4万トン（同16.3%）、トマト加工品21.6万トン（同7.4%）、塩蔵等

野菜17.1万トン（5.9%）、乾燥野菜5.5万トン（同1.9%）、酢調製野菜3.6万トン（同1.2%）、甘藷（生鮮・冷凍）2.5万トン（同0.9%）と続く（輸入形態区分は農畜産業振興機構による）。

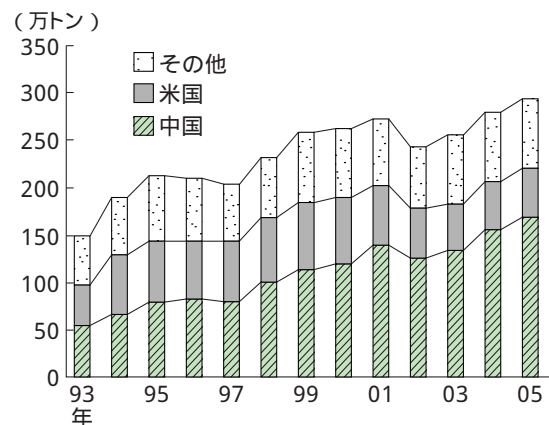
輸入先国別にみると、中国からが圧倒的に多く全体の56.9%、165.4万トン（05年）を占めて増加傾向にあり、輸入野菜全体の輸入増の主因となっている。2位は米国の17.8%、51.7万トン（同）で、近年減少傾向にある（第3図）。

第2図 輸入形態別野菜輸入量の推移



資料 農畜産業振興機構(2006)『野菜情報』3月号から作成

第3図 国別野菜輸入量の推移



資料 農畜産業振興機構(2005)『2004年野菜輸入の動向』、ホームページ「ベジ探」から作成

輸入形態と輸入国をあわせてみると、近年における野菜輸入量の増加は、中国からの生鮮野菜の輸入増によってもたらされている。

なお、06年5月に農薬等の残留規制の強化（ポジティブリスト制の導入）があり、厚生労働省検疫所の輸入食品モニタリング検査では、農産・農産加工食品の当該違反件数が06年度上半期93件（前年同期15件）に増加した（厚生労働省資料）。しかしながら、06年6～11月の野菜輸入量は130万9千トン（同134万3千トンの2.5%）、中国からは79万8千トン（同82万3千トンの3.0%）と、全体輸入量への大きな影響は出ていない。この減少の主因は、生鮮野菜輸入で主力のたまねぎが中国の播種期の大雨により作付減となったことによる（前年同期比2万5千トン、^{（注2）}13.8%）。

b 生鮮野菜

05年の生鮮野菜輸入量の上位品目とその輸入量をみると、たまねぎが35.8万トン（生鮮野菜輸入量全体の32.1%）とトップで、かぼちゃ12.2万トン（同11.0%）、にんじん10.1万トン（同9.1%）、ねぎ7.1万トン（同6.4%）、キャベツ

6.9万トン（同6.2%）と続き、これら上位5品目で64.8%を占めている（第1表）。輸入品目数は、全体で43品目ある（品目分類は農畜産業振興機構による。以下同じ）。

これら上位5品目のうち、2位のかぼちゃを除く4品目は価格安定制度の対象品目^{（注3）}である指定野菜、かぼちゃは特定野菜となっており、上位10品目（同84.5%）でみると6位以下でも指定野菜1、特定野菜4と、わが国の主要な野菜が生鮮形態での輸入対象となっている。2位のかぼちゃの主力輸入先国はニュージーランド（生鮮かぼちゃ輸入量全体におけるシェア69%）で、日本と季節が逆転する地域特性を利用した補完的輸入となっているが、それ以外の品目は基本的に国内産品と競合関係にある。

近年の輸入量の変化（99～05年）をみると、横ばいから減少傾向がみられるかぼちゃ（05年の輸入量は99年比0.8倍）を除く上位4品目で大きく増加してきているのが特

第1表 生鮮野菜輸入量の変化と主要輸入先国

（単位 千トン、%、倍）

指定	特定	品目	99年 (a)	05 (b)	構成比	(b/a) ×100	05年の主要輸入先国(シェア)
○	○	たまねぎ	223	358	32.1	1.6	中国(62)、米国(23)、NZ(11)
		かぼちゃ	154	122	11.0	0.8	NZ(69)、メキシコ(17)、トンガ(10)
		にんじん	50	101	9.1	2.0	中国(90)、OG(4)、NZ(3)
		ねぎ	30	71	6.4	2.4	中国(100)、韓国(0)
		キャベツ	42	69	6.2	1.6	中国(86)、韓国(14)
	○	ブロッコリー	91	61	5.5	0.7	米国(73)、中国(26)、OG(1)
	○	ごぼう	72	58	5.2	0.8	中国(89)、台湾(11)
	○	しょうが	34	39	3.5	1.1	中国(99)、インドネシア(0)
	○	さといも	10	32	2.9	3.2	中国(100)、トンガ(0)
	○	にんにく	26	30	2.7	1.2	中国(100)、米国(0)
		上位10品目計	732	941	84.5	1.3	
		合計	920	1,114	100.0	1.2	

資料 財務省「貿易統計」から作成

（注）1 指定、特定欄は指定野菜14品目、特定野菜32品目への該当状況。

2 ねぎの(a)の数値は01年のもの。

3 NZはニュージーランド、OGはオーストラリアの略。

4 にんじんは「にんじん及びかぶ」、キャベツは「キャベツ等あぶら菜属」の数値。

5 05年の輸入量8位のメロンは除いた。

徴となっている。

主要輸入先国とその輸入先国間におけるシェアをみると、かぼちゃと6位のブロッコリー（主力輸入先国は米国＜シェア73%＞）を除く上位10品目においては、前記からも推し測られるとおり中国が圧倒的に大きく、総じてそのシェアを上昇させつつある。

これは、中国産生鮮野菜の価格競争力が圧倒的に強いことが主因となっているものと考えられる。05年の生鮮野菜輸入量の上位10品目の輸入単価

（CIF価格）とその近年における変化をみると、かぼちゃ、しょうがを除く全品目において輸入単価が低下基調にあるなかで、たまねぎを除いて中国産品の価格競争力が一番強く（第2表）、年々その競

争力を強めてきている。逆から言うと、中国産品の低価格性とその進展による輸入先国間でのシェアアップが、各品目の平均輸入単価を低下させている。

米国が主力輸入先となっているブロッコリーにおいてさえも、中国産品はその価格競争力によって年々輸入先国間におけるシェアを拡大しつつあり、米国産品のシェアを99年の96%から05年には73%に低下させた（中国産品のシェアは同3%から26%に上昇）。

05年の生鮮野菜輸入量の上位10品目の

価格を、国内卸売市場価格ベース（04年）で国産品と比較してみると、すべての品目で国産品の価格が上回っており、にんにくを除く9品目の単純平均で1.6倍となっている（第3表）。輸入生鮮野菜の国内流通は卸売市場外流通が半分程度あり^{（注4）}、実際の価格差はこれ以上にあるものと考えられる。加工・業務用実需者が国産プレミアムを認め、国産品のシェアが拡大する水準として考える価格差水準は、生鮮たまねぎで1.1倍程度、生鮮にんにくと生鮮ねぎで1.2

第2表 生鮮野菜輸入単価の変化と主要輸入先国の輸入単価(CIF価格)

（単位 円/kg，倍）

指定	特定	品目	99年 (a)	05 (b)	(b/a) ×100	05年の主要輸入先国の単価
○	○	たまねぎ	33.4	30.8	0.9	中国(29), 米国(28), NZ(40)
		かぼちゃ	64.1	70.7	1.1	NZ(68), メキシコ(85), トンガ(65)
		にんじん	58.2	43.3	0.7	中国(40), OG(80), NZ(82)
		ねぎ	91.5	81.4	0.9	中国(81), 韓国(325)
		キャベツ	50.4	37.7	0.7	中国(36), 韓国(46)
		ブロッコリー	164.8	151.7	0.9	米国(165), 中国(112), OG(172)
		ごぼう	71.5	42.5	0.6	中国(41), 台湾(55)
		しょうが	62.5	98.1	1.6	中国(97), インドネシア(152)
○		さといも	50.2	44.5	0.9	中国(45), トンガ(105)
		にんにく	91.2	88.1	1.0	中国(87), 米国(384)

資料、(注)とも第1表に同じ

第3表 輸入生鮮野菜の国内卸売価格と国産品価格(2004年)

（単位 円/kg，倍）

指定	特定	品目	国内卸売価格		輸入品 価格比 (a/b)	加工・業務用 実需者の許容 価格比
			国産品 (a)	輸入品 (b)		
○	○	たまねぎ	91	67	1.36	1.10程度
		かぼちゃ	149	145	1.03	...
		にんじん	112	77	1.45	1.20程度
		ねぎ	349	135	2.59	1.20程度
		キャベツ	91	73	1.25	...
		ブロッコリー	320	237	1.35	...
		ごぼう	197	118	1.67	...
		しょうが	576	282	2.04	...
○		さといも	178	101	1.76	...
		にんにく	1,188	142	8.37	...

資料 農林水産省(2006)『平成16年青果物卸売市場調査報告』、野菜政策に関する研究会(2005)から作成

(注)1 指定、特定欄は指定野菜14品目、特定野菜32品目への該当状況。

2 対象は、国内1・2類都市の市場計。

3 加工・業務用実需者の許容価格比は、農林水産省の対象者ヒアリングによるもの。

倍程度となっており^(注5)、輸入品に対抗するには国産品のより一層の価格低下が求められている。

次いで、主要な輸入形態である冷凍野菜^(注6)、生鮮換算すると3位に浮上する乾燥野菜^(注6)、3位のその他調製野菜について輸入形態別に詳細を見てみよう。

c 冷凍野菜

05年の冷凍野菜輸入量の上位品目とその輸入量をみると、ばれいしょが28.1万トン（冷凍野菜輸入量全体の34.5%）とトップで、えだまめ6.9万トン（同8.5%）、さといも4.8万トン（同5.9%）、スイートコーン4.7万トン（同5.8%）、混合冷凍野菜3.2万トン（同3.9%）と続き、これら上位5品目で58.6%を占めているが、上位品目への集中度は生鮮野菜より低い（第4表）。また、輸入品目数も生鮮野菜より少なく14品目となっている。

これら上位5品目のうち、1位のばれい

しょと3位のさといもは指定野菜、4位のスイートコーンは特定野菜となっており、上位10品目（同70.9%）でみると6位以下でも指定野菜1、特定野菜4と、冷凍野菜の形態でもわが国の主要な野菜が輸入対象となっている（同表）。基本的に、すべての品目が国内産品と競合関係にある。

近年の輸入量の変化（99～05年）をみると、ブロッコリーとごぼうを除く上位10品目すべての品目で横ばいから減少傾向にあるのが特徴となっている（同表）。これは、輸入冷凍野菜市場が成熟期を迎えていることによるものと考えられる^(注7)。

主要輸入先国とその輸入先国間におけるシェアをみると、ばれいしょと4位のスイートコーン（主力輸入先国はそれぞれ米国＜シェア78%、64%＞）を除く品目においては、生鮮野菜と同様に中国が圧倒的に大きく（同表）、総じてそのシェアが上昇しつつある。

これは、中国産冷凍野菜の価格競争力が

圧倒的に強く、02年に発生した冷凍ほうれん草の残留農薬問題等の影響から「ほうれん草等」のシェアは半減したもの、中国政

第4表 冷凍野菜輸入量の変化と主要輸入先国

（単位 千トン、%、倍）

指定	特定	品目	99年 (a)	05 (b)	構成比 (b/a) ×100	05年の主要輸入先国(シェア)
○		ばれいしょ	281	281	34.5	米国(78)、中国(3)、カナダ(16)
		えだまめ	73	69	8.5	中国(45)、台湾(34)、タイ(16)
○		さといも	52	48	5.9	中国(100)、フィリピン(0)
	○	スイートコーン	52	47	5.8	米国(64)、NZ(26)、タイ(7)
	○	混合冷凍野菜	37	32	3.9	中国(53)、米国(29)、NZ(17)
	○	いんげん豆等	35	30	3.7	中国(69)、タイ(26)、米国(4)
	○	ブロッコリー	15	23	2.8	中国(62)、エクアドル(24)、メキシコ(9)
○		ほうれん草等	44	22	2.7	中国(55)、ベトナム(27)、台湾(12)
	○	えんどう	20	17	2.1	中国(43)、NZ(32)、米国(25)
	○	ごぼう	4	8	1.0	中国(100)
		上位10品目計	613	577	70.9	
		合計	773	814	100.0	

資料 第1表に同じ

(注)1 指定、特定欄は指定野菜14品目、特定野菜32品目への該当状況。

2 05年の輸入量7位のいちご、11位のその他の豆は除いた。

3 NZはニュージーランドの略。

第5表 冷凍野菜輸入単価の変化と主要輸入先国の輸入単価(CIF価格)

(単位 円/kg, 倍)

指定	特定	品目	99年 (a)	05 (b)	(b/a) ×100	05年の主要輸入先国の単価
○		ばれいしょ	110.8	104.0	0.9	米国(104), 中国(103), カナダ(117)
		えだまめ	185.5	172.9	0.9	中国(150), 台湾(200), タイ(182)
○		さといも	115.2	106.8	0.9	中国(106), フィリピン(167)
	○	スイートコーン	132.2	136.7	1.0	米国(138), NZ(131), タイ(124)
	○	混合冷凍野菜	175.3	168.2	1.0	中国(195), 米国(146), NZ(120)
	○	いんげん豆等	131.4	109.0	0.8	中国(101), タイ(127), 米国(123)
	○	ブロッコリー	181.0	147.6	0.8	中国(119), エクアドル(200), メキシコ(181)
○		ほうれん草等	107.6	150.3	1.4	中国(142), ベトナム(148), 台湾(182)
	○	えんどう	128.1	125.4	1.0	中国(140), NZ(106), 米国(124)
	○	ごぼう	115.5	100.3	0.9	中国(100)

資料, (注)とも第4表に同じ

11.4%, 6.2万
トン), たま
ねぎ6,040トン
(同11.1%, 6
万トン)とこ
の3品目で全
体の37.8%を
占めるが, 上
位品目への集

府の監理強化等による改善(残留農薬違反
(注8)
件数の減少)等により, 全般的に輸入先を
変更するまでには至っていないことによる
ものと考えられる。05年の冷凍野菜輸入量
の上位10品目の輸入単価(CIF価格)とそ
の近年における変化をみると, ほうれん草
等とスイートコーンを除く全品目において
輸入単価が低下基調にあるなかで, スイー
トコーンとえんどうを除き中国産品の価格
競争力が一番強く(第5表), 年々その競
争力を強める傾向にあるが, 単価の低下傾
向は生鮮野菜よりは緩やかなものとなっ
ている。そのなかで, ほうれん草等では価格
は高めながらベトナム, 台湾からの輸入
量・シェアが増加・上昇しており, えだま
めでは同様に台湾, タイ, インドネシアか
らの輸入量・シェアが上昇傾向にあるのが
特徴的である。

d 乾燥野菜

05年の乾燥野菜輸入量の上位品目とその
輸入量をみると, しいたけが8,375トン(乾
燥野菜輸入量全体の15.3%, 生鮮換算8.4万ト
ン)とトップで, だいこん6,212トン(同

中度は生鮮野菜より低い。また, 輸入品目
数も11と冷凍野菜より少なくなっている。

これら上位3品目のうち, 1位のしいた
けは特定野菜, 2, 3位のだいこん, たま
ねぎは指定野菜となっており, 乾燥野菜の
形態でもわが国の主要な野菜が輸入対象と
なっている。基本的に, すべての輸入品目
が国内産品と競合関係にある。

近年の輸入量の変化(99~05年)をみる
と, 上位3品目ではしいたけが横ばいなの
を除くと, 2, 3位のだいこん, たまねぎ
は増加傾向にあり, 05年の輸入量は99年に
比し, だいこんで1.1倍, たまねぎで1.2倍
となっているほか, その他の乾燥野菜が
1.1倍となっている。4位以下では, 4位の
きくらげが微増傾向にあるほかは, 5, 6,
7位のかんぴょう, たけのこ, ぜんまいが
減少傾向にある。乾燥野菜の05年の全体輸
入量は, 99年に比し横ばいとなっている。

主要輸入先国とその輸入先国間における
シェアをみると, 3位のたまねぎ(主力輸
入先国は米国<シェア65%>)を除く品目
においては, ほとんど中国が独占しており,
近年そのシェアに揺るぎがない。米国が主

力輸入先となっているたまねぎにおいてさえも、中国産品はその価格競争力によって年々輸入先国間におけるシェアを拡大しつつあり、米国産品のシェアを99年の81%から05年には65%に低下させた（中国産品のシェアは同11%から20%に上昇）。

これは、乾燥野菜輸入品目の生産が東アジアに特有の多いなかで、中国産乾燥野菜の価格競争力が圧倒的に強いことによるものと考えられる。05年の乾燥野菜輸入量の上位10品目の輸入単価（CIF価格）とその近年における変化をみると、上位3品目のうち1,3位のしいたけ、たまねぎにおいて輸入単価が低下基調にあり（2位のだいこんは横ばい）、輸入量が減少傾向にあるかんぴょう、たけのこでは上昇傾向にあるのが特徴的である（ぜんまいは横ばい）。

e その他調製野菜

05年のその他調製野菜輸入量の上位品目とその輸入量をみると、たけのこが11.2万トン（その他調製野菜輸入量全体の23.6%）とトップで、スイートコーン5万トン（同10.5%）、人参ジュース3.6万トン（同7.6%）、しょうが2.9万トン（同6.1%）とこの4品目で全体の47.8%を占めるが、上位品目への集中度は生鮮野菜よりやや低い。また、輸入品目数も20と生鮮野菜より少なくなっている。

これら上位4品目のうち、3位の人参ジュース（にんじん）は指定野菜、2,4位のスイートコーン、しょうがは特定野菜となっており、その他調製野菜の形態でもわが

国の主要な野菜が輸入対象となっている。すべての輸入品目が基本的に国内産品と競合関係にある。

近年の輸入量の変化（99～05年）を05年の輸入量上位8品目についてみると、1位のたけのこが横ばい、2,6位のスイートコーン、マッシュルームが減少傾向にある以外は増加傾向にあり、ことに3位の人参ジュースの輸入量は99年に比し6年間で3.3倍と、健康食ブームを背景に輸入量が急増している。その他調製野菜の05年の輸入量は99年に比し、全体で1.4倍と大きく増加してきている。

主要輸入先国とその輸入先国間におけるシェアをみると、2,3位のスイートコーン、人参ジュース（主力輸入先国は米国＜シェア79%, 51%＞）を除く品目においては、ほとんど中国が独占しており、近年そのシェアが上昇しつつある。米国が主力輸入先となっているスイートコーンにおいてさえも、中国産品はその価格競争力によって未だ低位にあるものの輸入先国間におけるシェアを拡大しつつあり、米国産品のシェアは99年の85%から05年には79%に低下した（中国産品のシェアは同0.7%から3.3%に上昇）。

中国産その他調製野菜の価格競争力は、必ずしも全品目で強いとは言えないが、05年のその他野菜輸入量の上位8品目の輸入単価（CIF価格）とその近年における変化をみると、2,4位のスイートコーン、しょうがにおいて輸入単価が上昇傾向にある以外は低下傾向にあり、その価格競争力を

維持・強化しつつある。

(注2) 農畜産業振興機構ホームページ「ベジ探」輸入情報データベースから算出。原資料は財務省「貿易統計」。なお、たまねぎの輸入減少要因は、同機構『野菜情報』「東京都中央卸売市場における入荷量・価格および輸入の動向」(06.4～07.1)による。

(注3) 指定野菜・特定野菜の価格安定制度は、野菜価格の著しい低落により野菜の再生産が阻害されることがないように、一定水準以下に価格が下落したときに国・都道府県が生産者からの負担金とあわせて補給金を交付して、生産者への影響を緩和するもの。現在、指定野菜は14品目、指定野菜32品目となっている。

(注4) 小林茂典(2001, 75頁)

(注5) 野菜政策に関する研究会(2005)関係データ編26頁。

(注6) 藤島廣二(1997, 26頁), 乾燥野菜の生鮮換算率は10とされている。

(注7) 菊池昌弥(2006a, 14-15頁)

(注8) 菊池昌弥(2006b, 38頁)

2 主要野菜の輸入地位と国内産地の動向

(1) 主要野菜の輸入地位

次に、前記の輸入形態別輸入数量を主要な野菜について名寄せ、合計して、それらの各合計数量が国内需要量全体に占める割合(輸入量シェア=100-自給率(%))とその推移を見てみよう。

主要な野菜の品目は、生鮮野菜輸入量の上位品目(05年)でかつ指定野菜である、たまねぎ、にんじん、ねぎ、キャベツ、さといもの5品目とし、たまねぎには乾燥たまねぎ(10倍換算)、にんじんには人参ジュース、さといもには冷凍さといもを含める。なお、関税品目「その他の塩蔵野菜(HSコード071159.000)」の大宗は塩蔵たまねぎだが、数量・金額が特定できないのでこ

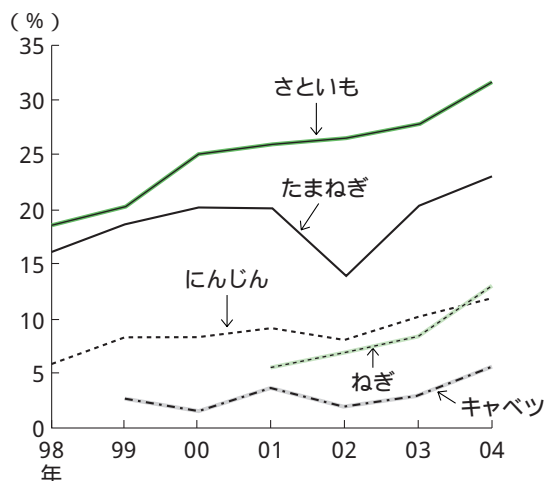
は含めない。

第4図のとおり、主要な野菜は5品目とも近年(98～04年、以下本項において同じ)輸入量シェアが上昇傾向にある。04年におけるシェアは、高い順にさといも(31.4%)、たまねぎ(22.7%)、ねぎ(12.6%)、にんじん(11.6%)、キャベツ(5.3%)となっている。なお、たまねぎの輸入量シェアが02年にいったん大きく低下したのは、国内の単収が平均収量対比で107となる豊作による価格低下の影響などによるものである。

この間、各品目の輸入単価(CIF価格、加重平均)は総じて低下傾向にあった(第5図)。

主要輸入野菜の近年における国内需給におけるポジションを整理すると、第6表のとおりとなる。輸入野菜全体のポジションは「国内需要減を上回って国内生産量が減

第4図 主要野菜の輸入量シェア推移



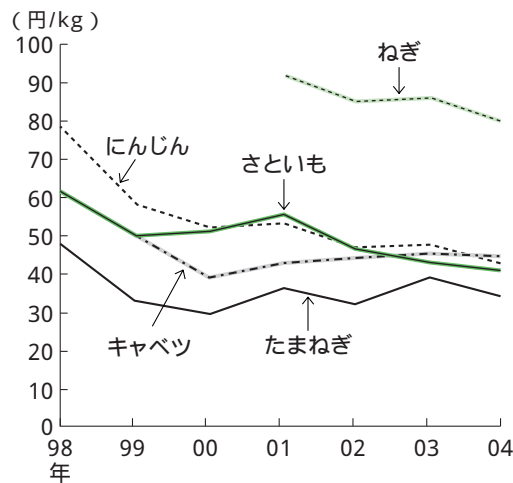
資料 財務省「貿易統計」、農林水産省「野菜生産出荷統計」から作成

(注) 1 品目は、生鮮野菜輸入量の上位品目(05年)で指定野菜である5品目。

2 輸入量シェアは、「輸入量/国内供給量(輸入量+国内生産量)×100」。

3 たまねぎには乾燥たまねぎ(10倍換算)、にんじんにはジュース、さといもには冷凍さといもを含む。

第5図 主要野菜の輸入単価(CIF 価格)推移



資料 財務省「貿易統計」から作成

- (注)1 品目は、生鮮野菜輸入量の上位品目(05年)で指定野菜である5品目。
2 輸入単価は「輸入量/輸入金額」。
3 たまねぎには乾燥たまねぎ(10倍換算)、にんじんにはジュース、さといもには冷凍さといもを含む。

第6表 主要輸入野菜のポジションと該当品目
(1998～2004年間の変化)

ポジション	該当品目
国内需要量の減少を上回って国内生産量が減少し、輸入増がその差を補充したもの	たまねぎ、キャベツ さといも (野菜全体)
国内需要量は横ばいだが国内生産量が減少し、輸入品がそれに置き換わったもの	にんじん、ねぎ
国内需要量の減少に対応して国内生産量と輸入量がともに減少したもの	かぼちゃ

資料 筆者作成

- (注)1 対象品目は、輸入生鮮野菜の輸入量上位の指定野菜5品目と輸入量2位のかぼちゃ6品目(05年)。輸入量には、生鮮形態以外(乾燥、冷凍、ジュース)の輸入量を含む。
2 需要・生産・輸入量変化は、原則として98～04年間のもの。

少し、その差を輸入が補充した」ものとなっているが、主要野菜では、たまねぎ、キャベツ、さといもが同様のポジションにある。にんじん、ねぎにおいては「国内需要量は横ばいだが国内生産量が減少し、輸入品がそれに置き換わった」状態にある。なお、かぼちゃでは「国内需要量の減少に対応して、国内生産量と輸入量がともに減少

した」状態となっている。

(注9) 農畜産業振興機構からの聞き取り。

(注10) ジェトロ(2003, 223頁)。農林水産省『平成14年度野菜生産出荷統計』21頁。

(2) 国内野菜産地の動向

a 主要輸入野菜の産地の動向

近年における主要輸入野菜の国内生産量をみると、野菜全体の生産量と同様に一律に減少傾向にある。これを国内各地域別に分解して、98年産と04年産の収穫量(3か年移動平均値)の増減でみると、各品目とも全国10地域中ほとんどの地域で大きく減少している(第7表)。

品目別にみると、たまねぎは、主要産地(04年産の収穫量上位5県;生産量シェア81.1%)が総じて横ばい傾向のなかで、佐賀、長崎(九州)が増加しており、北海道、兵庫、愛知ではその他の地域同様減少している(沖縄を除く)。減少要因は、市場価格の低迷、労働力不足等、佐賀での増加要因

第7表 主要野菜の地域別収穫量の変化率
(1998～2004年度)

(単位 %)

	たま ねぎ	にん じん	ねぎ	キャベツ	さとい も
北海道	6	10	9	24	—
東北	15	26	4	18	18
北陸	17	33	11	25	22
関東・東山	5	6	2	5	17
東海	15	13	19	1	21
近畿	20	20	1	14	25
中国	20	15	9	27	18
四国	30	3	6	25	14
九州	13	4	7	9	33
沖縄	348	26	61	5	69
全国計	8	9	5	9	23

資料 農林水産省「野菜生産出荷統計」(各年度版)から作成

- (注)1 品目は、生鮮野菜輸入量の上位品目(05年)で指定野菜である5品目。
2 数値は、(04年度の収穫量－98年度の収穫量)/98年度の収穫量×100(%)で、算式中の収穫量は3か年移動平均値。

としては主に農協系統機関の指導や一部の産地での定植機導入等が考えられる。^(注11)

にんじんは、主要産地（同；69.0%）では、千葉と徳島（四国）が増加しており、北海道、青森、茨城ではその他の地域同様減少している。減少要因は、価格低下等や労働力事情による規模縮小等が考えられる。^(注12)

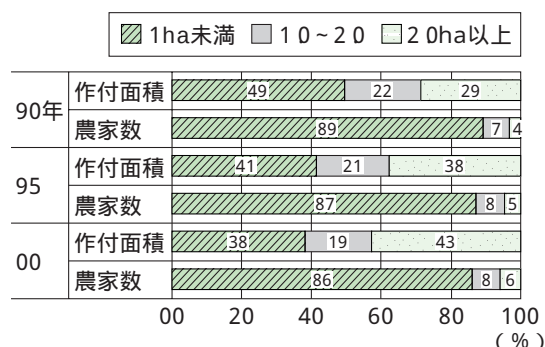
ねぎは、主要産地（同；46.9%）では、茨城と群馬が増加、埼玉が横ばいとなったものの、千葉、北海道ではその他の地域同様に減少している。減少要因としては、価格低迷等や労働力事情による規模縮小等が考えられる。

キャベツは、主要産地（同；54.3%）が総じて横ばい傾向のなかで、群馬、愛知、茨城では増加したものの、千葉、神奈川では減少している。減少要因としては、価格低下等による作付面積減少等が考えられる。

さといもは、主要産地（同；46.3%、千葉、宮崎、埼玉、鹿児島、栃木）でも、全国10地域ベースでも軒並み大きく減少している（横ばいの埼玉、栃木を除く）。減少要因としては、価格の低迷や、労働力不足による規模縮小等が考えられる。

このように、主要な野菜の国内産地は、主として輸入品との競合による市場価格低迷と、高齢化等による労働力不足に挟撃される形で生産量が減少しつつある。しかしながら、主要産地合計では横ばいを維持（主要産地以外で減少）しているキャベツやねぎのように、品目と県、地域によって状況が異なっていることに留意する必要がある。

第6図 露地野菜の作付面積規模別農家数及び作付面積の推移



出典 野菜政策に関する研究会(2005)関係データ編
資料 農林水産省「世界農林業センサス」(経営部門別農家統計)

b 規模別農家数・作付面積の推移

露地野菜の作付面積規模別販売農家数および作付面積の推移をみると、農家数ベースでは徐々にではあるが規模拡大が進みつつある。作付面積2ha以上の露地野菜販売農家数割合は、90年の4%から00年には6%に上昇し、作付面積ベースでは作付面積2ha以上の露地野菜販売農家の作付面積は90年の29%から00年には43%にまで上昇した（第6図）。

施設野菜についても同様の傾向にあり、作付面積50a以上の施設野菜販売農家数割合は、同6%から13%に上昇し、作付面積ベースでは作付面積50a以上の施設野菜販売農家の作付面積は同24%から49%へと上昇している。^(注13)

c 野菜農家の年齢層別農業従事者割合と後継者

野菜販売農家の年齢層別の農業従事者割合の動向を見てみると、95年に28.5%だった65歳以上の割合は、00年には34.8%に上昇している。^(注14)

また、15歳以上の後継ぎ（農業後継者）がいる単一経営農家の割合を見てみると、00年に露地野菜で57.3%，施設野菜で53.6%だったものが、03年にはそれぞれ54.7%，51.5%に低下してきている。^(注15)

野菜農家全体についてみると、高齢化と同時に、後継ぎ（農業後継者）不足が進展している。

（注11）農林水産省『野菜生産出荷統計』各年度版。
「佐賀での農協系統機関の指導」は、佐賀県産たまねぎ生産量の67%（04年）を占める白石地区農協における機械化一貫体系の導入促進、計画出荷体制の確立等が考えられる。

（注12）農林水産省『野菜生産出荷統計』各年度版。
以下、ねぎ、キャベツ、さといもの減少要因についても同じ。

（注13）野菜政策に関する研究会（2005）関係データ編13頁。

（注14）（注13）と同資料，18頁。

（注15）（注14）に同じ。

3 国内産地の課題

現在、国内では農林水産省の主導で01年度から主要な産地で「産地改革計画」が、低コスト化、契約取引の推進、高付加価値化を各目標に策定・実施され、05年度からは「産地強化計画」として09年度を目標年次にして推進されている。

前記のとおり、中国産野菜が価格競争力を武器に国内に流入し、市場価格の低下を惹起して国内野菜の生産基盤を蝕んでいる以上、野菜生産の低コスト化はいずれの産地においても避けて通れない課題であろう。そのためには、機械化の一層の推進等が必要なものと考えられる。^(注16) 筆者が訪ねた長崎県下の農協では、たまねぎに関して全

自動移植機の導入による栽培面積増や、にんじんに関して畑地の基盤整備（A農協）、小型の機械化による省力化・低コスト化、農協による収穫作業の受託による省力化（B農協）等の取組みがみられた（06年10月聞き取り）。しかしながら、輸入産品との価格差は非常に大きく、国内産品は鮮度や「安全・安心」^(注17)を中心とする国産プレミアムを確保しつつ対応していく必要がある。

また、加工・業務用実需者への対応力強化についても、的確に実施していく必要がある。しかしながら、大消費地に近接しているかどうか等、その産地の立地条件や特徴によって事情は異なっており、各産地がその立地条件を勘案した市場（顧客）標的を的確に設定し、それに応じた施策を策定・実施していくことが必要である。この場合、一般に地産地消と表される地域内消費の拡大も選択肢の一つとなろう。

自給率については、マクロ、ミクロ両面から自給率向上協議会で協議・検討が行われているが、輸入地位と産地の動向に品目別に差異があるなかでは、生産から消費にわたる具体的な品目別の対策が求められているといえよう。

（注16）全畑面積のうち、幹線・末端農道整備済み割合は74.2%，畑地灌漑施設整備済み割合は20.1%（02年3月末），農林水産省『農用地建設業務統計 - 平成13年度 - 』。

なお、当然のことながら、産地以外にも生産資材価格等低コスト化の課題はあり、それらの全体は、農林水産省「食料供給コスト縮減アクションプラン（案）」（2006.9）にまとめられている。

（注17）国内産品の「安全・安心」の確保については、拙稿（2007）「食品の安全・安心を巡る動向と課題」『調査と情報』1月号参照。

<参考文献>

- ・尾崎亨（2000）「輸入野菜急増下における野菜流通環境の変化と産地の対応」農政ジャーナリストの会編『日本の農業 あすへの歩み213』，農政調査委員会
- ・香月敏孝（2005a）「野菜産地の再編過程—果菜類を中心に—」『農林水産政策研究所レビューNo.15』，3月
- ・香月敏孝（2005b）『野菜作農業の展開過程 - 産地形成から再編へ - 』農山漁村文化協会
- ・菊池昌弥（2006a）「残留農薬問題に対する中国地方政府機関および野菜輸出企業の対応とその影響 - 冷凍野菜を対象に - 」『フードシステム研究』第13巻1号
- ・菊池昌弥（2006b）「輸入冷凍野菜市場における成熟化の進行」『農業市場研究』第15巻第1号
- ・小林茂典（1999）「輸入野菜流通と卸売市場」『日本の農業 あすへの歩み210』農政調査委員会
- ・小林茂典（2001）「野菜の輸入動向と輸入野菜流通の特徴」『農林水産政策研究所レビューNo.1』9月
- ・小林茂典（2006）「野菜の用途別需要の動向と国内産地の対応課題」『農林水産政策研究』第11号

- ・ジェトロ（2003）『ジェトロアグロトレード・ハンドブック2003農林水産物の貿易』
- ・高橋正郎編著（2000）『野菜のフードシステム - 加工品需要の増加に伴う構造変動』農林統計協会
- ・藤島廣二（1997）『リポート輸入野菜300万トン時代』家の光協会
- ・藤島廣二（2001）「野菜をめぐる輸入と国内供給」農政ジャーナリストの会編『日本農業の動き138』農林統計協会
- ・農林漁業金融公庫（2006）『輸入農産物の増加が地域農業や地域経済に与える影響と対応』『長期金融』第95号
- ・農畜産業振興機構（2005）『2004年 野菜輸入の動向』
- ・野菜政策に関する研究会（2005）「野菜政策の基本的方向 - 『野菜政策に関する研究会』報告書 - 」

（内容は2007年1月25日現在）

（主席研究員 藤野信之・ふじののぶゆき）



水産物産地市場の現状と課題

〔要 旨〕

- 1 一般に漁港に水揚げされた水産物は、漁協の販売事業、なかでも漁協が開設・運営する産地市場を通じて販売されており、こうした事情を反映して漁協開設市場が産地市場数の81%（取扱量ベースでは57%）を占めるなど、産地市場問題イコール漁協市場問題ともいえる状況にある。
- 2 産地市場の起点となる漁港での水揚げ状況をみた場合、沖合・遠洋漁獲物主体の漁港では水揚げの減少が顕著であるが、沿岸漁獲物主体の漁港での減少はそう大きくないなど、様相を異にする。このように、漁港等の特性によって産地市場における水揚げ量の減少程度には差があるが、魚価低迷は共通している。
- 3 その背景の一つに産地市場における買受人の構造変化がある。大規模市場では出荷・加工買受人、一般市場では卸・小売・出荷買受人の役割が大きいが、概してこれら買受人の減少傾向が続いており、魚価形成上の問題となっている。そのため、こうした買受人機能をどう補うかが大きな課題となっている。
- 4 魚価の低迷は、産地市場に限らず消費地市場にも共通して起きている現象であり、産地市場の価格形成力が向上したからといってすべてが解決するわけではないが、当該市場に水揚げされる魚種等の用途・特性に合った買受人（あるいは同機能）の増強によって一定程度の効果が期待できよう。こうした視点が、産地市場の機能強化や統合・再編問題を考える場合に重要となる。
- 5 適当な買受人や加工業者の誘致が優先されようが、漁協においては販売事業の一環としての位置づけであり、困難な場合は他漁協、他業者との提携や単独実施も含めて考える必要がある。当然リスクも伴うが、漁協合併も含めた耐性力の強化、人材確保も含めた体制整備、あるいは組合員の理解を得る等、事前準備に万全を尽くした上での積極的な取組みに期待したい。

目 次

はじめに

- 1 卸売市場制度と産地市場
- 2 漁港、漁協と産地市場
 - (1) 漁港種類と水揚げ動向
 - (2) 漁協の販売事業と産地市場運営
 - (3) 漁協が運営する産地市場

3 産地市場の現状

- (1) 縮小する市場流通と市場の対応
- (2) 買受人構造の変化
- (3) 漁協市場における買受人の動向

4 産地市場再編計画の現状と課題

——むすびに代えて——

はじめに

量販店主導の価格形成を基本とする流通形態は、輸入水産物をはじめとする市場外流通の増加等、確実に定着している。また、個食（孤食）化や食の簡便化ニーズを背景とする「家庭消費から業務消費へ」という水産物等消費形態の変化は、内食から外食、外食から中食へシフトするなど、様相を変えながらも確実に進展している。

こうしたなかで産地卸売市場（以下「産地市場」という）の機能不全が大きな問題として指摘され、現在2010年度を目標年度とする産地市場再編整備計画^{（注1）}への取り組みが進められている。しかし、市場統合は遅々として進展せず、零細規模の市場が多くを占める状況に大きな変化はみられない。

一方、BSEの発生等を契機とした消費者の食の安全・安心に対する関心の高まりは、生産から流通、加工、消費にいたるフードシステム全体について、より一層の衛生管理対策を求めている。このような衛生管理の高度化は、必然的に市場施設の重装

備化につながるものであり、小規模な産地市場では到底対応できず、ある程度の市場統合は不可避という状況にある。

こうした状況を考えれば、産地市場再編整備計画のスタートから目標年度までの期間のほぼ半分を経過したこの時期に、産地市場の現状を振り返ることの意義もそれなりにあろう。本稿は、そうした趣旨で産地市場の現状をあらためて整理し、今後に向けた課題を抽出しようとするものである。

なお、水産物の流通や消費の変化等、産地市場が機能不全に陥った背景にあるさまざまな構造変化については割愛しているので、拙稿（2002）等を参照されたい。

（注1）水産庁が設置した「産地市場機能強化対策検討会」での協議を経てまとめられた「産地市場機能強化対策検討会報告」（01年3月）をベースとする整備計画である。

1 卸売市場制度と産地市場

卸売市場とは、卸売市場法において「生鮮食料品等の卸売のために開設される市場であって、卸売場、自動車駐車場その他の生鮮食料品等の取引及び荷さばきに必要な

施設を設けて継続して開場されるものをいう。」と定義されている（第2条第2項）。同法は、卸売市場を中央卸売市場、地方卸売市場、その他の卸売市場に区分しているが、その詳細は同法や同法施行令、あるいは都道府県の卸売市場条例で規定されており、おおむね第1表のとおりその内容を整理できる。

本稿で対象とする「産地市場」という名称は見当たらず、その意味では法的な定義づけは行われていない。ただし、施行令第2条（地方卸売市場の施設の最低規模）において、「主として漁業者又は水産業協同組合から出荷される水産物の卸売のためその水産物の陸揚地において開設される卸売市場で、その水産物を主として他の卸売市場に出荷する者、水産加工業を営む者に卸売する者又は水産加工業を営む者に対し卸売するためのもの」との規定があり、これが産地市場に関する唯一の記述となっている。市場要件等も加味すれば、一般には「地方卸売市場」ないし「その他の市場」

に該当し、かつ上記規定を満たす市場といふことができよう。

なお、「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」（12水漁第4504号水産庁長官通知）では、「水産物の卸売のために開設される市場であって、漁船による水産物の直接水揚げ又は陸送による生産地からの水産物の搬入を受けて、第一段階の取引を行う市場をいう。」として、より簡潔な定義づけがなされている。後者の定義のポイントは、産地市場で取引される水産物には、当該漁港に直接水揚げされるものその他の漁港（生産地）から陸送されてくるものがあるということを明記している点である。

2 漁港、漁協と産地市場

（1）漁港種類と水揚げ動向

産地市場という水産物流通問題を検討するにあたって、その起点となる漁港の現状をまず整理しておきたい。海に囲まれたわ

第1表 卸売市場の種類と要件

	要件等	開設者の認可等
中央市場卸売	・地方公共団体（都道府県、人口20万人以上の市、又はこれらが加入する一部事務組合若しくは広域連合）が、農林水産大臣の認可を受けて開設する卸売市場（法第8条）	① 開設者：地方公共団体（大臣認可） ② 卸売業者：大臣許可（法第15条） ③ 仲卸業者：開設者許可（法第33条） ④ 売買参加者：開設者承認（法第36条）
地方市場卸売	・中央卸売市場以外の卸売市場で、政令でその規模が規定され、都道府県知事の許可を受けて開設される卸売市場（法55条） ・水産物に関しては200m ² （産地市場は330m ² ）以上（施行令第2条）	① 開設者：都道府県知事許可（法第55条） ② 卸売業者：都道府県知事許可（法第58条） ③ 仲卸業者：都道府県条例で規定（法第68条）。一般的に開設者の承認、知事への届出としている。 ④ 売買参加者：仲卸業者の場合と同様。なお、仲卸業者と売買参加者をまとめて「買受人」と呼称している事例有り（例：石川県、新潟県等）
その他の市場	・中央及び地方卸売市場以外の卸売市場	・卸売市場法には規定なし。ただし、道府県条例での規制可としており（法第74条）、「地区卸売市場」との呼称事例有り（例：石川県、新潟県等）

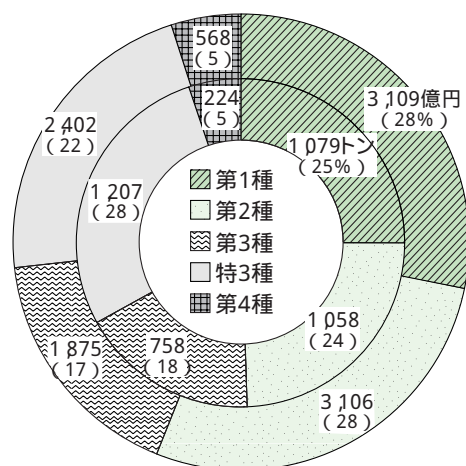
資料 卸売市場法等を基に筆者作成

が国の「港」を規定する法律は、「漁港漁場整備法（旧漁港法）」「港湾法」「港則法」「関税法」等いろいろあるが、水産物流通に関しては「漁港漁場整備法」に規定される「漁港」に限定しても良いだろう。わが国の代表的な漁業基地である釧路が同法上の「漁港」に該当しないなど一部不都合もあるが、産地市場問題を取り上げる場合の大きな支障とはならないものと考えられる。^(注2)

漁獲物の水揚げ（漁港等に関する記述においては、一般に「陸揚げ」と表現される）は一般に漁港において行われるが、その漁港は漁港漁場整備法によって5種類に区分されている。主な区分基準はその漁港を利用する漁船の範囲であり、第2表のとおり整理できる。大胆に要約すれば、主に第1種漁港が沿岸漁業、第2種が沿岸漁業と沖合漁業、第3種が沖合漁業と遠洋漁業、特定第3種が遠洋漁業を中核に沖合漁業や沿岸漁業が幅広く営まれている地域にある漁港といえよう。

04年の漁港種類別水揚げ状況は第1図のと

第1図 漁港種類別水揚げ状況(2004年)



資料 水産庁『漁港港勢の概要』
(注) 内円数値は数量、外円数値は金額、()内は全体の割合。

おりであり、いくつかの特徴を読み取ることができる。第4種漁港は別として、各漁港種類ともそれぞれ20～30%前後の水揚げシェアとなっており、おおむね拮抗した状況にある点が一つの特徴として指摘できる。いずれの漁港も、水産物流通において一定の役割を果たしていること示すものといえよう。

さらに、第1種や第2種漁港では水揚げ金額シェアが水揚げ数量シェアを上回り、逆に特定第3種や第3種漁港では水揚げ金額シェ

アが水揚げ数量シェアを下回っている点も指摘できる。この違いは、主に港に水揚げする漁船が営む漁業種類、ひいては水揚げされる魚種に起因する。第3種漁港等の大規模漁港では、まき網等で漁獲されるイワシ、サバ、サンマなど比較的値段の安い多獲性魚種の水揚げが多く、第1種や第2種漁港では一本釣り等の沿岸漁業が主体と

第2表 漁港の種類と数

	漁船の利用範囲	漁港数 (2004年)
第1種漁港	その利用範囲が地元の漁業を主とするもの	2,214
第2種漁港	その利用範囲が第1種漁港よりも広く、第3種漁港に属しないもの	495
第3種漁港	その利用範囲が全国的なもの	101
特定第3種漁港	第3種漁港のうち水産業の振興上特に重要な漁港で政令で定めるもの(気仙沼、銚子、三崎、焼津など)	13
第4種漁港	離島その他辺地にあって漁場の開発又は漁船の避難上特に必要なもの	101

資料 筆者作成、漁港数は、水産庁『漁港港勢の概要(平成16年)』
(注) 漁港種類は、漁港漁場整備法第5条(特定第3種漁港は第19条の3)に規定。

なることから比較的値段の高い魚種の水揚げが多いことを示している。

漁港種類別にその平均水揚量と平均水揚金額の推移を整理したものが第3表だが、数量ベースでみて、第3種漁港は第1種漁港の15倍強（04年）、特定第3種漁港は同じく190倍強（同）となっており、規模の違いは歴然である。

また、第1種、第2種漁港における水揚げが、数量、金額とも近年減少傾向にあるとはいえ、特定第3種漁港等との比較においては相対的に良好な状況にあることがみてとれる。30年前と比べてみても、特定第3種漁港等が大きく減少しているなかで、数量的にはほぼ横ばい水準を維持している。わが国の漁業生産縮小が遠洋・沖合漁業中心に進んできたことを如実に表すものともいえるが、産地市場の実態をみる上でも重要な着眼点となろう。

（注2）港湾法に規定される「港湾」において漁業活動が行われている場合には、漁港漁場整備法に規定される「漁港」に該当しない場合もある（例：釧路）。

（2）漁協の販売事業と産地市場運営

漁協における水産物の販売事業は、受託販売と買取販売に大別される。前者が圧倒的に多く、04年度の事業取扱漁協数は、受託販売のみ936組合（64.3%）、買取販売のみ13組合（0.9%）、受託・買取とも実施211組合（14.5%）となっている。金額ベースでも、受託販売1兆928億円に対し買取販売は444億円に過ぎない。^{（注3）}

さらに受託販売は、共同販売（単に「共販」といわれることも多い）、共同出荷、そして自らが運営する産地市場を通じた販売の3形態に大きく分けることができる。共販は、漁協による漁連への販売委託、漁連による入札等を通じた指定業者等への販売、という方式を採るものが一般的であり、ノリ、ワカメ、コンブ等特定の加工品を対象品目とする場合に多くみられる。

一方共同出荷は、市場を持たない漁協が組合員の漁獲物をまとめて他の産地市場や消費地市場に出荷するという販売形態であり、場合によっては産直という形で量販店

等に直接出荷・販売されることもある。また、仮に漁協が産地市場を持っている場合であっても、ブリ類等の養殖魚など特殊な生産物に関しては、この販売形態が採られることが多い。

第3表 漁港種類別属地陸揚状況の推移
－ 1漁港当たり平均水揚量および金額 －

（単位 トン、百万円、%）

		75年	80	85	90	95	00	04	対比 (04/75)
水揚量	第1種	508	548	606	614	576	487	487	96
	第2種	2 296	2 746	3 092	2 946	2 576	2 256	2 137	93
	第3種	11 553	13 702	15 761	17 072	10 669	7 779	7 501	65
	特3種	179 957	209 444	239 851	193 662	125 426	112 258	92 842	52
	第4種	2 518	2 803	3 404	3 981	2 299	2 062	2 219	88
	総数	2 067	2 386	2 703	2 547	1 877	1 595	1 478	72
水揚金額	第1種	130	216	211	227	204	159	140	108
	第2種	497	804	862	922	827	743	627	126
	第3種	2 255	3 299	3 130	3 284	2 658	2 116	1 856	82
	特3種	27 309	39 441	38 824	34 201	26 153	21 764	18 477	68
	第4種	623	865	876	949	662	555	563	90
	総数	403	619	616	626	526	437	378	94

資料 第1図に同じ

最後の産地市場を通じた販売については、本稿の主題にもかかわる部分であり、次項で詳細にみることにする。

（注３）水産庁『水産業協同組合統計表』

（３）漁協が運営する産地市場

第11次漁業センサスによれば、911ある産地市場のうち758（83％）が漁協・漁連開設となっており、その他開設者による市場の減少傾向を反映して徐々にその割合を高めている。さらに、取扱高の面ではより顕著な動向を示す。すなわち漁協系統が開設している市場の取扱高は、90年代前半まで数量ベースでおおむね40％台、金額ベースで30％前後となっていたが、地方公共団体が開設している市場の取扱い急減を受けて、03年にはそれぞれ59.2％、54.7％にまで急伸している（第4表）。

漁協系統開設市場の特徴は1市場平均での取扱高の小規模性にある。市場開設者別

の1市場あたり取扱高でみて、地方公共団体開設市場が328億円（83年）から68億円（03年）へと大きく減少するなかで、漁協開設市場はこの間の減少が12億円から10億円への微減にとどまっている。すなわち、他市場における取扱高の急減を受けて、格差は相対的に縮小傾向にある。とはいえ、漁協開設市場の場合は10億円足らず（03年）であり、会社・個人が開設する市場の同年の取扱高27億円や漁連の19億円と比べても、その小規模性が際立つ。

あらためて産地市場と漁港、漁協との関係を整理しておこう。産地市場数は、漁港数（04年2,924）や沿海地区出資漁協数（06年4月1日現在1,312）を下回る。整備促進法、漁協合併助成法、あるいは漁協合併促進法等の行政支援を背景に漁協の合併が進展した結果、かつての入浜（漁港）ごとに漁協があるという状況が大きく変化し、今では漁協数が漁港数の半分以上にまで減少している。

また、産地市場数と漁協数の乖離についても、必ずしも漁協販売事業の実施状況を反映したものではなく、漁協販売事業の実施形態が大きく影響していることは前述のとおりである。水産庁の調査によれば、調

第4表 産地卸売市場の開設者別取扱状況

（単位 千トン、億円、％）

		全体	地方 公共団体	漁協 系統	漁協		会社 個人	シェア	
					漁協	漁連		系統	うち漁協
数量	73年	8 360	3 756	2 969	2 744	225	1 635	35.5	32.8
	78	10 471	4 558	4 511	4 267	244	1 402	43.1	40.8
	83	11 091	5 108	4 796	4 525	271	1 187	43.2	40.8
	88	12 588	5 042	6 262	5 635	627	1 284	49.7	44.8
	93	9 869	4 398	4 447	4 131	316	1 024	45.1	41.9
金額	98	6 103	1 927	3 346	3 193	153	830	54.8	52.3
	03	4 784	1 346	2 834	2 733	101	604	59.2	57.1
	73	13 719	7 875	3 870	3 546	324	1 974	28.2	25.8
	78	32 735	18 169	10 119	9 424	695	4 446	30.9	28.8
	83	37 500	21 963	10 654	9 743	911	4 884	28.4	26.0
	88	36 922	22 157	10 766	9 705	1 061	3 998	29.2	26.3
	93	36 870	22 121	10 494	9 647	847	4 254	28.5	26.2
	98	16 913	4 923	8 317	7 732	585	3 673	49.2	45.7
	03	13 852	3 556	7 573	7 167	406	2 722	54.7	51.7

資料 農林水産省『漁業センサス』

査組合総数1,455のうち1,160組合が販売事業を実施（未実施295組合）している（前掲（注3）参照）。すなわち，8割程度の漁協が何らかの形で販売事業を実施しており，漁協開設の産地市場数を大幅に上回る状況にある。

産地市場を持たない漁協は，他の産地市場へ共同出荷等の方法で組合員の漁獲物を出荷・販売するが，これらが産地市場に搬入された場合「搬入物^{（注4）}」として区分される。なお，漁協ばかりではなく，出荷仲買人とも言われる産地市場の買受人がこうした役割を担うことも多い。

（注4）トラック輸送等陸上の運送手段が用いられることから「陸送物」とも呼ばれる。

3 産地市場の現状

（1）縮小する市場流通と市場の対応

03年の産地市場総体での取扱量は478万4千トン，取扱金額は1兆3,852億円にとどまり，それぞれピーク時の4割弱（数量38%，金額37%）の水準にまで落ち込んでいる。地方公共団体開設市場等における取扱いの急減も含め，基本的には沖合・遠洋漁業を主体に進んだ国内漁業生産の縮小を反映した動向であり，産地市場流通の縮小はいっそう進展している。

こうした状況に対し産地市場では，県外船等，従来他港に水揚げしていた船の自港での水揚げを誘致し，あるいは他漁港からの搬入を誘致する等，取扱高の確保に向けた対策を採っている。その背景には，自ら

の市場運営を維持していくためばかりでなく，買受人に対する数量や品揃えの確保，地元加工業者に対する必要原料の供給等，さまざまな事情が存在する。

02年に筆者が訪問した漁協では，県外船等地元船以外の漁船誘致に力を入れており，「地元船以外は手数料も高いのが通常だが，准組合員化して手数料の同一化を図っている」とのことだった。このような准組合員は，大中型まき網や中型まき網，あるいは沖合イカ釣り等53社に上っており，水揚げが区分されていないイカ釣りを除いても数量で50%，金額で28%と水揚げの多くを占める状況（01年）となっている。

また別の漁協（06年訪問）では，集荷対策として「漁期前には地域外の県内船主の自宅を訪問し，漁期後は船主が属する漁協にお礼に伺う」などの対応をしているとのことであり，多くの産地市場で外来船誘致策が採られている。

しかし陸送物については，「浜値が低下し，デリバリー経費が確保できなくなっている」あるいは「（他産地の）仲買人に，消費地市場に荷を集中させる動きがある」ことから，努力はしているもののむしろ減少傾向にあるとしている（02年訪問漁協）。

また水揚げに占める割合も，当該漁協の場合数量で2%，金額で7%（01年）に過ぎない。とはいえ，自分が開設した市場の卸売業者となっている漁協の場合，他の産地市場における卸売業者と比較すれば搬入割合は相対的に少ない状況にある（第5表）。取扱高や買受人数など規模にかかわ

る市場としての魅力に乏しい，あるいは組合員の水揚げする漁獲物と競合する，等いくつか配慮すべき事情はあるものの，なお搬入量を増やす努力の余地がないのかどうかの検討も必要であろう。ちなみに，従来他港に水揚げしていた船が自港に水揚げするようになり，水揚げ量が増加したが，逆に魚価アップにつながった事例も報道されている。^(注5)

(注5) 高知新聞(2006.12.23)「漁協水揚げ高57%増 - すくも湾中央市場開設1年」

(2) 買受人構造の変化

市場流通の縮小は，卸売業者とともに産地市場を構成する買受人にも当然影響を及

ぼす。取扱高の規模別に市場数と買受人数の変遷を整理したものが第6表である。市場数は，取扱高1億円未満の極めて小さい市場を除き全体として減少傾向にあり，しかも規模の大きな階層ほど減少幅が大きい。また近年は，10億円前後の層と30～50億円層における減少が顕著である。取扱高の減少や市場の統廃合による取扱高階層区分の変更と市場数の減少が混在，かつ同時進行しているため断定はできないが，おおむねこの階層を中心に統廃合が進んでいるものとみられる。

買受人に関しては，規模の大きな市場ほど減少率が高いという傾向がある。直近

第5表 業態別水産物卸売業者の取扱状況

(単位 千トン，%)

	全体			漁協			漁連			会社			その他		
	取扱量	うち 搬入量	(割合)	取扱量	うち 搬入量	(割合)	取扱量	うち 搬入量	(割合)	取扱量	うち 搬入量	(割合)	取扱量	うち 搬入量	(割合)
73年	8 409	2 424	(29)	3 067	124	(4)	483	43	(9)	4 849	2 250	(46)	9	7	(74)
78	10 471	2 854	(27)	4 863	161	(3)	900	122	(14)	4 696	2 562	(55)	13	9	(73)
83	11 091	2 555	(23)	5 454	137	(3)	912	69	(8)	4 713	2 340	(50)	13	8	(63)
88	12 588	2 953	(23)	6 074	136	(2)	1 433	169	(12)	5 069	2 640	(52)	13	8	(65)
93	9 866	2 758	(28)	4 586	162	(4)	1 029	168	(16)	4 241	2 422	(57)	10	6	(61)
98	6 103	804	(13)	3 590	120	(3)	654	95	(15)	1 851	584	(32)	8	5	(64)
03	4 784	729	(15)	3 046	144	(5)	384	73	(19)	1 348	509	(38)	6	3	(40)

資料 第4表に同じ

第6表 取扱高規模別市場数と買受人数の推移

(単位 市場，人，%)

	市場数						1市場平均買受人数					
	88年	93	98	03	増減率		88	93	98	03	増減率	
					(03/88)	(03/98)					(03/88)	(03/98)
1億円未満	166	158	168	185	11.4	10.1	13	12	12	13	0.1	10.6
～5	388	394	356	334	13.9	6.2	22	21	21	22	0.5	4.8
～10	177	170	170	135	23.7	20.6	40	36	36	35	10.9	1.5
～20	124	132	129	115	7.3	10.9	46	44	47	45	2.4	5.0
～30	63	58	47	48	23.8	2.1	63	58	67	61	3.0	8.2
～50	54	54	50	35	35.2	30.0	81	88	83	81	0.8	2.2
～100	46	37	34	30	34.8	11.8	126	93	100	96	23.8	4.3
100億円以上	59	66	31	29	50.8	6.5	241	225	167	145	39.9	13.4
計	1 077	1 069	985	911	15.4	7.5	48	46	38	36	25.7	6.2

資料 第4表に同じ

の5年間でもこうした動向に変化はなく、とりわけ取扱高100億円以上規模の市場で買受人が減少している。買受人の業態別にそれぞれの動向をみた場

合、減少率が拡大しつつある「加工」、引き続き減少傾向にある「小売」の一方で、これまで減少の大きかった「卸」や「出荷」で減少が止まる
(注6)
などの変化がみられる

(第7表)。

しかし、買受人の売上規模別にその詳細な状況をみると、規模の大きな買受人の減少傾向は概して継続しており、その度合いも大きい(第8表)。明確に増加に転じた「卸」についても、10億円以上層の増加もあるが、主に年間売上5千万円未満層、とりわけ100万円未満層の顕著な増加によるものである。こうした状況は市場規模別にみた「卸」買受人の動向にも反映しており、おおむね大規模市場における減少、30億円未満市場での増加となっている。

買受人の動向は、今後の産地市場を考える上で重要な意味をもつと考えられるので、あらためて整理しておきたい。産地に水揚げされた水産物は、生鮮食用向け、食用加工向け、餌・肥料等非食用向けに仕向けられ

る(第2図)。生鮮食用向けは消費地市場、とくに県外市場に多く仕向けられているが、この場面で大きな役割を担うのが「出

第7表 業態区分別買受人数の推移

(単位 人, %)

	総数	出荷	卸	加工	小売	店舗あり	店舗なし	その他
73年	48 324	4 240	6 253	8 593	27 968	19 092	8 876	1 270
78	50 524	4 276	6 201	8 419	30 195	22 280	7 915	1 433
83	52 458	4 678	6 123	8 471	31 033	23 810	7 223	2 153
88	51 801	4 646	6 113	8 236	30 114	23 864	6 250	2 692
93	48 793	4 507	5 837	8 046	27 284	21 996	5 288	3 119
98	37 533	3 998	3 223	7 063	20 078	15 545	4 533	3 171
03	32 567	4 034	3 472	5 926	16 444	12 728	3 716	2 691
78/73	4.6	0.8	0.8	2.0	8.0	16.7	10.8	12.8
83/78	3.8	9.4	1.3	0.6	2.8	6.9	8.7	50.2
88/83	1.3	0.7	0.2	2.8	3.0	0.2	13.5	25.0
93/88	5.8	3.0	4.5	2.3	9.4	7.8	15.4	15.9
98/93	23.1	11.3	44.8	12.2	26.4	29.3	14.3	1.7
03/98	13.2	0.9	7.7	16.1	18.1	18.1	18.0	15.1

資料 第4表に同じ

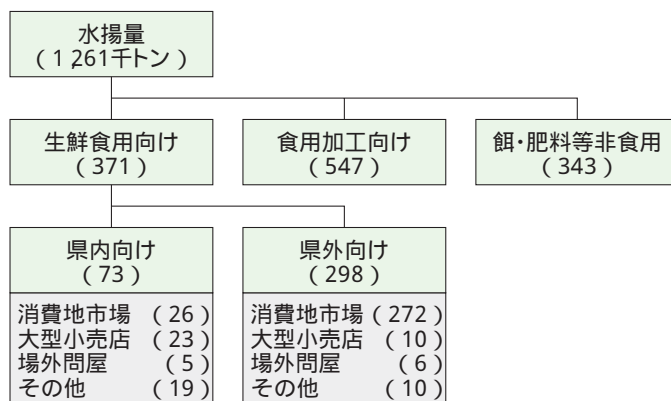
第8表 業態別・規模別買受人の増減動向

(単位 %)

	増減率	総数	100万円未満	100～1 000	1 000～1億円	1～10	10億円以上
出荷	03/88年 03/98	13.2 0.9	39.4 20.1	14.0 7.3	16.2 0.2	21.9 9.3	41.3 33.0
卸	03/88 03/98	43.2 7.7	71.1 53.0	9.5 13.5	24.7 1.0	79.8 8.9	12.3 6.4
加工	03/88 03/98	28.0 16.1	5.4 8.8	27.8 9.1	41.7 26.3	33.2 19.1	46.3 16.2
小売 (店舗あり)	03/88 03/98	46.7 18.1	28.2 4.5	42.8 15.2	57.4 27.7	83.7 33.3	53.3 6.7

資料 第4表に同じ

第2図 32漁港水揚げの仕向状況(2004年)



資料 農林水産省『水産物流通統計』
(注) ()内は数量。

荷」買受人であり、食用加工向けと餌・肥料等非食用向けを担う「加工」買受人とともに産地市場水揚量の相当部分の仕向けにかかわっている（同図参照）。とりわけ、多獲性魚種が大量に水揚げされる大規模な産地市場においては、この「出荷」と「加工」買受人の存在が大きいものとなる。

一方、漁協が開設・運営している産地市場においては、主に沿岸漁獲物が上場されるため生鮮食用向けの割合が高く、「卸」「小売」「出荷」業務を営む買受人の役割が相対的に大きくなる。前二者が主に地元消費を担い、後者が地域外消費を担うこととなる。

このように同じ産地市場とは言っても、水揚げされる魚種や量の多寡によってその市場に求められる買受人の機能（＝業態）は異なる。漁協産地市場の機能強化や統合・再編問題を考える場合、こうした視点も重要なものとなる。

（注6）漁業センサスでの定義づけでは、「出荷」は他の魚市場や卸売業者に出荷を行っている者、「卸」は出荷以外で水産物の卸売を行っている者、「加工」は自家の加工原料として買い付けを行っている者、「その他」は上記以外の者を言うとしている。

（3）漁協市場における買受人の動向

買受人の動向は、主に魚価の形成を通じて産地市場に影響を及ぼす。こうした点を中心に漁協開設市場における買受人の動向をみてみたい。

年間取扱高13～15億円の9割前後を小型底引き網漁業による水揚げが占める山陰地方の産地市場（02年訪問）の場合、買受人

総数は54名で平均的な買受人を上回っている。なお業態別では、関西のほか山陽・山陰方面への出荷を業務とする買受人の割合が高く、しかも上位5社の買受シェアがほぼ50%前後で推移しているという特徴がある。なかでも、買受額トップの買受人のシェアが2割を超えるなど、少数の買受人に依存する市場運営となっている。

当市場のある地区にはほかに4市場あるが、主な漁業種類が同一（小型底引き網漁業）、買受人も重複という状況にあるため、市場の開始時刻を15～30分ずつずらすなどの対応を行っている。こうした市場を統合しても、ロットのまとまりや買受人の増加につながらないため、市場運営コスト削減等の効果にとどまり、価格形成力の向上にはつながらないであろう。

次は、水揚げの大半が現地で太物と呼ぶ（注7）マグロ類であり、一般的な沿岸漁獲物は年間2億円程度という産地市場（近年の年間取扱高20億円前後）の事例である。当該市場では、太物は入札、それ以外の鮮魚はセリを基本に運営されている。買受人はそれぞれ14名、30名ということであるが、それぞれ10年前と比較して、前者が地元買受人の減少を地域外業者でカバーできているのに対し、後者の場合は仲卸、小売主体に大幅に減少するなど、その状況は大きく異なる。実際には、買受人の登録人数と稼働人数とのギャップもあり、その差はもっと大きいかもしれない。

当日のセリは参加買受人10数人程度と小規模で、2声ないし3声で競り落とされる

という状況であり、さらに特定の魚種については特定買受人の独壇場になるなど、正常な価格形成が行われているとはいえない状況だった。制度としては漁業者の指値制もあるが、現在活用事例はないとのことであり、漁業者あるいはそれを補うべき漁協の販売力の脆弱性がうかがえる。スーパーや専門量販店等川下主導で行われている水産物取引の現状から、産地市場での価格形成力向上にも限界があるとはいえ、買受人の増強や新たな販路開拓等の対策が必要といえよう。

(注7)「ふともの」と読み、「マグロやカジキ類などおおむね魚体重30kg以上の魚種を総称したもの」とのことである。

4 産地市場再編計画の現状と課題 ——むすびに代えて——

水産庁が「水産基本政策検討会中間取りまとめ」を公表した98年以降、産地市場の機能強化や統合・再編問題が大きく取り上げられ、漁協系統においても、これに先立つ97年に「産地市場の機能強化と採算性の確保のため産地市場統合に取り組む」とする運動方針を組織決定するなど、対応が進められている。

目標とする市場の規模や内容は、都道府県知事等関係者あてに出状された前掲水産庁長官通知(「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」)に盛り込まれている。物理的に複数の市場を統合して一つの市場とする場合と、物理的な統合や集荷を伴わずに情報通信技術の活用によって一

か所で取引を行う場合との2つのケースが想定されているが、基本的には市場統合がその柱となっている。具体的には、大量広域流通圏型、地域拠点型、特定魚種流通型の3種類の市場が想定されており、目安としてそれぞれの規模目標等も設定されている(第9表)。しかしながら、「この目標の下で33道府県において産地市場再編整備計画等が策定されたものの、統合実践はこれまで10か所余りにとどまって(注8)」と指摘される状況にある。

情報通信技術の発達が目覚ましいものがあり、ITやEDIを活用した市場統合も可能であろうが、これまでみてきたような産地市場の現状と2010年度という目標年度を考えた場合、前者の市場統合が主体となろう。この場合、産地市場の統廃合や買参権の開放問題も含めて議論された水産庁主催「水産物供給コスト検討専門委員会」(06年11月)における指摘、「地域や取引魚種で産地市場のあり方も異なり、一律に統合するには無理がある」「買参人等の新規参入も地域の事情によっては難しい」等も十分考慮する必要がある。

また、市場統合が魚価に与える効果は限定的、市場統合に加え高度衛生管理型市場に移行しても魚価向上は困難等、事例調査を踏まえた研究成果も発表され、「地域水産物の需給実態を反映させた拠点の配置が必要」との指摘もある(注9)。

まさに前でみたように、魚種等の水産物特性や加工、消費等、当該漁港の後背条件に規定される強化すべき買受人機能等の検

第9表 水産物産地市場のタイプ別目標像

市場の分類		大量広域流通圏型	地域拠点型	特定魚種流通型
市場のイメージ	市場の特徴	消費地市場化も目指す市場。	当日売圏型、大量広域流通圏型のサテライト市場。市場統合の対象。	全国の市場や問屋に水産物を再配分することを目指す。ブランドを志向する。平均単価1,000円/kg以上のものを取扱う市場を想定。
	出荷圏規模	全国	複数市町村～県	全国
	集荷圏規模	県～ブロック	市町村～県	県～ブロック
	県外出荷率(目安)	50%以上		50%以上
卸売業者の経営に関する事項 (数値等は目安)	取扱金額	50億円以上	20億円以上	12億円以上
	取扱数量	24千トン以上	5千トン以上	1千トン以上
	市場担当職員数	15名以上	6名以上	4名以上
	買受人人数	80人以上	50人以上	26人以上
市場例		宮古(岩手県) 女川(宮城県) 焼津(静岡県) 浜田(島根県) 枕崎(鹿児島県)	根室(北海道) 敦賀(福井県) 宮津(京都府) 香住(兵庫県) 沖縄(沖縄県)	佐賀関(大分県) 明石浦(兵庫県) 和具(三重県) 本渡(熊本県) 勝本(長崎県)

資料 水産庁長官通知「水産物産地市場の統合および経営合理化に関する方針」(01年3月30日付)の別紙1「水産物産地市場のタイプ別目標像」から項目の一部を抜粋。

討も踏まえて、当該産地市場の将来像が展望されなければならない。平均的な漁協市場では、水揚げの減少よりも価格形成力の低下が大きな課題となっている(第2節参照)。適当な買受人や加工業者の誘致が優先されようが、漁協においては販売事業の一環としての位置づけであり、困難な場合は他漁協、他業者との提携や単独実施も含めて考える必要がある。

品揃えへの貢献の違いから「産地漁協よりも産地仲買を優遇」する消費地市場の風潮を指摘する声もあったが、自ら買受人となって上場金額(約30億円)の10～15%程度を落札し、消費地市場や東京、大阪、京都等の生協に出荷するなど、出荷買受人の脆弱性をカバーしている事例もある。業務用消費の拡大等市場外流通への対応も含め

て、販売事業を見直す必要がある。当然リスクも伴うだけに、漁協合併も含めた耐性力の強化、人材確保も含めた体制整備、あるいは組合員の理解を得る等、事前準備に万全を尽くす必要があるが、その上での積極的な取組みに期待したいものである。

(注8) 廣吉勝治(2006)「産地市場の機能強化と市場統廃合の課題」『漁協』No.119(2006年春号)10頁

(注9) 中央水産研究所(2006)「産地集出荷拠点の配置のあり方について」『研究のうごき』第4号6頁

<参考文献>

- ・(財)魚価安定基金(2005)『水産物の産地市場機能強化に向けて』
- ・出村雅晴(2002)「水産物流通の変化と産地の対応」『農林金融』2月号
- ・(財)東京水産振興会(1999)『水産物産地流通の現状と課題』

(専任研究員 出村雅晴・でむらまさはる)

発刊のお知らせ

農林漁業金融統計2006

A4判, 194頁
頒価 2,000円(税込)

農林漁業系統金融に直接かかわる統計のほか, 農林漁業に関する基礎統計も収録。全項目英訳付き。

なお, CD-ROM版をご希望の方には, 有料で提供。

頒布取扱方法

編集...株式会社農林中金総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-8-3 TEL 03(3243)7318

FAX 03(3270)2658

発行...農林中央金庫

〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

頒布取扱...株式会社えいらく営業第一部

〒101-0021 東京都千代田区外神田1-16-8 TEL 03(5295)7580

FAX 03(5295)1916

発行 2006年12月

農村の団塊世代

団塊の世代をめぐる論議が盛んである。彼らは日本の戦後社会を大きく変えてきたし、これからも、この年齢層がどう生きるかが、この国のあり方に影響を与え続けるに違いない。高度成長期に育った彼らの多くは、本来的に都会志向であり、したがって団塊世代論も都市サラリーマンについてのそれが多いのだが、農村ではどうだったのだろうか。

激しい労働力流出にもかかわらず、彼らは農村にも団塊として残った。かつて昭和ヒト桁世代が層としての最後の農業の担い手だといわれたが、実は団塊世代もそれに次ぐボリュームを有していた。そして昭和ヒト桁が、労働力としてだけでなく、農村指導者としてもリタイアしつつあるいま、団塊世代の存在感はいよいよ増しているといえるだろう。

農家の後継ぎとしての彼らは、それ以前のどの世代も経験しなかったような波瀾万丈の人生を生きてきた。親の世代が稲作に賭けて、土地に機械に思い切った投資をした経営を引き継いだ直後に、まずぶつかったのが減反政策である。農業者としての最初の挫折であり、多くの若者がここで農外に職を求め兼業農家として生きる道を選択した。

専業農家の道を真っすぐに歩いた人々も、もはや米だけに頼ることは出来ず、野菜や畜産、花卉に果樹などこれまで副業的な位置にあった作目を、新しい経営部門として確立していくことに取り組まなければならなかった。実際、この時期に急速に成長した稲作複合経営は、稲作部門を親が引き受け、複合部門を後継者が分担するというかたちが多かった。それは新技術の導入であり、新しい産地形成やマーケティング手法の開発であり、農協機能の革新にもつながっていた。消費者に人気の有機農業を始めたのもこの世代だったのである。

一方で農村の若い女性の多くが「農家の嫁」を拒否したことが深刻な「嫁不足」をもたらした。彼女たちはふるい農村社会や農家生活の在り方に身体を張って異議申し立てしたといつてよい。それを乗り越えて農業青年を伴侶に選ん

だ女性たちは、もはや単なる「嫁」ではなく、新時代の農業パートナーであった。夫婦が手をつないで闊歩したり、敷地内に別棟を建てて生活するというような農村生活の革新がそこから生まれてきた。その延長線上に、農産物加工などのグループ活動、直売所や産直を通じての消費者との交流に生き生きと活動する今日の農村女性たちがいる。

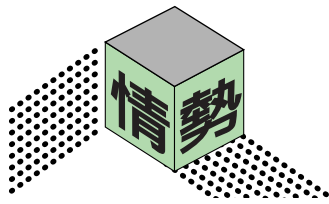
こう見てくると、農村の団塊世代は、戦後の民主化、近代化が最も遅れていた農村社会の変革者であったことは疑いない。遅れていたために抵抗や障害もそれだけ強かったのであるが、生産と生活の場における文字どおり草の根の変革だっただけに、彼らがたどりついた地点は後戻りの効かない確かなものといえるだろう。

いま「団塊世代は農村を目指す」といわれている。もし、都市からの農村移住や農業回帰の動きがほんものであれば、農村における団塊世代はこれまでにない「補充される世代」となる。移住する側の障害とされる農村の閉鎖性や価値観の違いなどは、農村における同世代の「市民的常識」によって大幅に緩和されることを期待してよい。そして都市から補充される人々を新しいパワーとして生かす環境をも整備してくれるのではないか。

農業と農村の革新勢力であった団塊の世代も、彼ら自身が後継者問題やその結婚問題に悩む時期を迎えている。少子化や高齢化の問題は農村も同じであり、その中でどのように新しい方向を切り開いていくのか、まさに正念場を迎えているといってよいだろう。しかし、これまでのこの世代の軌跡をみれば、危惧よりは期待の方が大きくなるといったら楽観的に過ぎるだろうか。

サラリーマン社会では定年後の生き方が模索されているが、農業には定年がない。団塊の世代は労働力としてもまだまだ現役だし、指導者としてはむしろこれからが本番である。この人たちがリーダーとして引っ張る新しい農業と農村の姿を見据えていきたい。

(北海学園大学教授 太田原高昭・おおたはらたかあき)



地域住民・地域社会への農協の取り組み

——平成17年度農協経営力調査結果から——

はじめに

本稿は、(財)農村金融研究会が(株)農林中金総合研究所の委託を受けて実施した「平成17年度農協経営力調査」結果の概要である。

この調査は、1987年度から取り組んでいるもので、農協の経営力(事業・収支等)発現には、どのような要因が有効に機能しているか等を把握しようとするものである。

今日、農協の組織・事業において、外部・内部環境の変化に伴い、従来以上に正組合員だけでなく、准組合員、地域住民の利用も促し、農協の経営基盤の強化・拡充を図ることが重要となってきた。こうしたことにかんがみ、05年度の調査では、農協の地域社会へのかかわり方、地域住民への事業展開、等を整理することを目的としている。調査にあたっては、6農協を選定し、ヒアリング調査を行った。

1 調査対象組合の 選定理由と特徴

農協は、正組合員のみならず、准組合員及び地域住民の利用も多いと考えられる信用事業面を軸に選定することとした。具体

的には、貸出金残高が伸長しており、かつ地域への取り組みを積極に行っている農協をディスクロ誌等でピックアップした。加えて、地域として、地域住民との取引や農業生産も一定程度活発であると想定される「中核都市」と「都市的農村」を調査対象地帯(地帯区分は農中総研の5区分を利用)として、新ふくしま農協、水戸農協、兵庫南農協、兵庫西農協の4農協を選定した。

ほかに、准組合員や地域に対する積極的な取り組みを行っている秦野市農協、組合員拡大運動への取り組みや地域へのかかわりを積極に行っている三次農協を選定した。

調査対象とした6農協の04年度の概況は第1表のとおりである。6農協とも収益構造は信用・共済事業を中心としており、都市型農協の特徴があらわれている。また、各農協とも正組合員の減少、高齢化、農業生産力の低下等に直面している。

共通した取り組みとしては、支店(所)・出張所の統廃合・機能再編、経済事業の改善・改革、積極的な融資(特に住宅ローン)推進、渉外体制等による組合員及び地域住民との接点の強化と事業機能の強化、などが挙げられ、各農協とも経営(収支)改善に積極的に取り組んでいる。

第1表 調査農協の概況(2004年度)

	新ふくしま 農協	水戸農協	秦野市農協	兵庫南農協	兵庫西農協	三次農協	全国農協平均
地帯区分	中核都市	中核都市	特定市	中核都市	中核都市	都市的農村	-
管内市町村	1市	1市4町1村	1市	3市2町	5市6町	1市3町3村	-
組合員	19 646	16 834	8 711	32 996	95 148	17 884	10 017
正組合員	9 977	12 877	2 901	14 604	55 708	11 742	5 537
准組合員比率(%)	49.2	23.5	66.7	55.7	41.5	34.3	44.7
職員	466	405	365	633	1 311	381	307
正職員	381	281	241	550	1 305	234	263
支店(所)・出張所	29	12	9	20	92	15	13
販売取扱高(億円)	72	62	21	26	51	39	50
購買取扱高(億円)	35	43	38	31	126	20	39
貯金残高(億円)	1 494	900	1 582	3 259	8 891	925	847
貸出金残高(億円)	391	209	462	486	1 724	240	232
貯貸率(%)	26.2	23.2	29.2	14.9	19.4	25.9	27.4

資料 各農協資料から筆者作成

2 地域への農協のかかわり

農業者の減少や高齢化、正組合員の減少、非農家組合員の増加、農業生産力の低下、民間企業との競合など、農協を取り巻く環境は悪化してきている。このような状況下で各調査農協(以下「各農協」)は、組合員及び地域から信頼され、選ばれる、あるいは地域に貢献する農協の実現に向けた取り組みを行っている。それは、組合員の農協事業の継続的な利用、地域住民の農協理解の促進や事業利用、組合員化、ファン化、次世代対策などを目的としており、農協の組織基盤の拡充・強化を図ろうとしている。

地域への取り組みとしては、各農協で組合員増加運動、直売所運営、農業祭等のイベント開催、組合員・利用者間の交流を目的とした組織(年金友の会や趣味、芸術、スポ

ーツなどを楽しむ同好会、サークル)の運営・支援を行っている。ほかにもすべての農協ではないが、葬祭事業、福祉事業、教育事業、地域住民向け広報誌の発行などを実施している。

3 地域ニーズに応じた事業の提供

地域ニーズに応じた事業としては、福祉事業や葬祭事業、直売事業などが挙げられる。各農協とも、地域ニーズを汲み取り、地域社会において必要な事業を提供している。

例えば、水戸農協では、地域社会との交流と組合員に農産物販売の場を提供することを目的に、管内14か所に農産物直売所を設置している。独立店舗、Aコープ内出店、地元スーパー内出店というように出店形態

は様々であるが、1店舗当たり1日平均約400名の来店があるという。一部の店舗では、利用者によるファンクラブが立ち上げられ、栗拾いや梨狩り、農業施設の見学会などが企画され、組合員と消費者、地域住民との交流が図られている。

秦野市農協においては、住みよい地域社会づくりと地域の活性化を実現するために、高齢者の活動や各種会議の開催等の場として「JAさわやか館」を提供したり、訪問介護、在宅介護支援を行う「JAはだのケアセンター」を開設している。04年にはデイサービスを行う「JAはだのケアセンター」をオープンしている。ほかに、**「セレモニーホールはだの」**があり、これは94年に農協運営の斎場施設に組合員の要望が強まり、その後組合員等を交えた開設場所等の検討がなされ、98年にオープンした葬祭施設である。

兵庫南農協では、子会社による不動産事業や「JAやすらぎ会館」を核とした葬祭事業、給油所といった地域住民に身近なサービスの提供を行っている。また、ケアセンターや行政支援のもとで社会福祉法人によるデイサービスセンターを開設し、居宅介護事業、ホームヘルパー派遣事業を積極的に行っている。

三次農協でも様々な事業提供が行われているが、特徴的なのが葬祭センター(株)JAアスクであり、当社は隣接農協と共同で設立、運営されていることである。当社は宗派を問わずあらゆる葬儀に対応し、法要等を含めて幅広く地域住民に使用されて

おり、05年度の取扱件数は631件(管内占有率46.3%)、取扱金額は3億8,600万円となっている。

上記のような地域ニーズに応じた事業や生活指導、活動事業などは、組合員や女性部、地域住民からの要望によって開始されたものが多く、組合員をはじめ地域住民に広く利用されている。組合員及び地域住民が豊かに暮らせる地域社会の実現に、農協は寄与しているといえる。しかし、農協の経営収支面からすると、当該事業・活動のなかには収益性が低く、独立した事業としては成立しがたいものもある。農協の全体の経営収支が厳しいなか、農協の収益をどこまで地域住民に対する事業・活動に振り向けるかという問題も浮上している。

そのようななか、先に紹介した三次農協においては、組合間の連携によってコストを削減し、葬祭サービスを地域住民に提供している。このような事例はまだ少数かと思われるが、単協あるいはその子会社がすべてを丸抱えしてサービスを提供するのではなく、コスト削減も意識した新たなサービスの提供の仕方を考えていく必要がある。また、秦野市農協では、組合員及び地域住民の自発的参画を促し、事業・活動の運営コストの削減という視点からの対応も検討している。

4 組合員増加運動への取組み

各農協とも正組合員が減少しているなか、組織基盤に対する危機意識は高く、組

合員増加への取組みを行っている。特に秦野市農協，三次農協，兵庫南農協では積極的に行われている。

正組合員の増加にあたっては，主に後継者及び正組合員世帯の女性，女性部員に加入促進を行っている。三次農協では05年度に正組合員1,102人（女性801人，男性292人，法人9）の増加を実現したが，その内訳は男性で40歳代以下が8割弱，女性で40歳代以上が8割強となっている。

准組合員については，住宅ローン等の利用者が加入するというケースが多いが，農協サイドが積極的に加入促進する対象はそれぞれである。三次農協では職員1人当たり10人の新規加入の目標を設定し，職員の地縁・血縁・友人を，秦野市農協では利用高配当のメリットを訴求しやすいことから特に貯金口座保有者を，兵庫南農協は500万円以上の員外貯金者を対象に加入促進を行っている。

組合員加入促進にあたって課題となるのが，組合員になることのメリットである。三次農協では，まずは組合員になってもらうことを優先して増加運動を行ったが，今後農協への理解の深化や事業・活動への参加促進，メリットの訴求をどのように行っていくかが課題となっている。秦野市農協においても今までは低金利の下で0.1%の利用高配当が組合員加入へのインセンティブとなっていたが，金利上昇が予想される今後においてどのように対応していくかが課題として浮上してきている。

現実には，農協は様々な活動によって地

域住民に便益を提供しているのであるが，組合員でなくても直売所や葬祭・福祉事業，生活指導事業などを利用・参加できるので，組合員加入のメリットが理解されにくい。葬祭施設の利用料に組合員と員外に差を設けている農協もあるが，個々人にとって利用が日常的に継続して見込める施設ではないので，組合員加入を促進するほどの効果は出ていない。今後は各事業・活動の利用・参加にあたって料金差を設定するなど組合員加入メリットの訴求や他の事業との有機的関連性の追求等が考えられる。

なお，組合員増加運動にあたっては増加後の組合員の意思反映等の仕組み，体制づくりの問題もある。秦野市農協では正・准組合員の意見等を地区別座談会や組合員訪問で聞くようにしている。今後組合員が増加するなかで，担当職員の増加も検討されているが，コストアップを招くことから別の対応等も模索している。

3農協の取組みから，組合員増加にあたっての成功要因として以下の3項目が挙げられる。

- ・全役職員が組合員増加に対する必要性を認知
- ・長・短期の増加目標及びその管理者を設定
- ・加入促進する相手の明確化

5 教育・広報活動への取組み

教育・広報活動には，教養・文化を高めるための学習会や講習会，広報誌の発行，農業祭等のイベント，などがある。このような活動を通じて，農協は地域に対する活

動を地域住民にPRし、「農協の存在意義」を地域に浸透させている。

教育については秦野市農協と新ふくしま農協の取組みを紹介したい。

秦野市農協では、組合員教育事業において、将来の農協運動のリーダー養成と組合員同士の結集力強化ならびに団結する意識の高揚を図るため、組合員講座や協同組合専修講座、講演会などを実施している。この組合員教育事業は、82年度から開始されている。事業開始にあたって、組合員教育特別積立金が創設（初年度2千万円）されており、05年度時点で当積立金は3億8千万円になっている。05年度時点で、組合員講座延べ修了者は1,301人となっている。

新ふくしま農協では、地域住民に対して「JAあぐり教室」や「アグリカレッジ」などを開催している。04年度の「JAあぐり教室」では、ちまきや豆腐作りなどを、各地区において計52回開催し、延べ700名の参加があった。また、女性農業者支援事業として03年から開講された「アグリカレッジ」では、04年度には梨やりんごの栽培技術や直売向けの農産加工などを教える7コースを実施（03年度は5コース）しており、延べ146名の参加があった。当農協は、これらの活動を通じて、女性部員の減少に歯止めをかけ、さらに地域女性を農協・農業に取り込もうとしている。

次に、広報活動への取組みについては、兵庫南農協、兵庫西農協の取組みを紹介したい。

兵庫南農協では、各種広報媒体の発行と

ホームページの開設を通じ、農協から積極的な情報の発信を行っている。毎月発行の機関誌『ふぁ～みん』の発行で、農業や生活に関する情報や身近な地域の話と、農協の活動や事業などを掲載する。これは、毎月約37,000部が発行され、毎月の全職員による「組合員訪問」を通じ、組合員宅に届けられる。さらに、インターネットホームページ『eふぁ～みん』を開設し、農協や地域、農業に関することを積極的に掲示している。当該ホームページは、とりわけ地域住民がアクセスしても十分活用できるよう工夫されている。

兵庫西農協では、イメージ向上をはかる媒体として、マスコット・キャラクター「にっしい」を採用している。また、広報誌『にっしい広場』を月1回発行し、10万部以上を管内の各戸に配付している。これはA4版20ページからなるオールカラーの冊子で、生活情報やイベント等の特集のほか、営農情報、野菜、果実、ガーデニングのポイントなど、組合員だけでなく地域住民にも役立つ情報を心がけた編集を行っている。この内容は高く評価され、全中主催の第18回JA広報大賞「組合員向け広報誌の部」における優秀賞を受賞した。また、ウェブサイトにおいても、同名のホームページを展開している。

以上のように各農協は様々な教育・広報活動を行っている。しかし、現在の各農協のPRは、地域に対する各事業・活動の取組みを広報誌等の様々な媒体によって散発的に紹介しているにとどまっており、農協

の各事業・活動が地域全体にどのように貢献しているのかが必ずしも明確になっていないことが課題と思われる。

おわりに

今回調査において、農協は組合員だけでなく、地域住民にも農協の役割・活動の理解を促し、地域における農協の存在意義を明確にし、それを確立しようとしていることがうかがえた。正組合員の減少等による組織基盤の弱体化の克服を意図しているところもあるが、地域社会の福祉向上や地域住民からの農業・農協に対する期待などもあって、地域住民に農協（運動）・農業への理解、共感を促す、農協の事業・活動の重要性は増している。

各農協は、地域住民に対して教育・広報活動や地域ニーズに応じた事業の提供などを行い、組合員を含めた地域住民の農協への理解・利用を促している。食に関心の高

い地域住民のために各農協は直売所を設けたり、地域の高齢化に対応するために高齢者福祉事業活動を行ったり、地域のニーズや実状に応じて、各農協は事業・活動を行っている。なかには、子会社化や協同組合間の提携などによって、コスト削減を図りながら、地域に必要なサービスを提供している農協もある。

各農協とも、組合員及び地域住民に対して有益な事業・活動を提供しており、地域に対する貢献活動を行っている。しかし、地域住民に農協の役割や事業等をまだ十分に理解してもらえていないという問題もあり、組合員化、ファン化などが難航している面もある。今後は、農協は地域に対する取組みを体系的、有機的にPRし、地域住民に農協が有意な存在であることをより一層伝えていくことが重要であるといえる。

((財)農村金融研究会副主任研究員

尾中謙治・おなかけんじ)



インターネットによる金融商品・サービスの利用状況

はじめに

総務省の『情報通信白書平成18年版』によれば、2005年のインターネットの人口普及率は66.8%、利用人口はおおよそ8,529万人（前年比581万人増）と推定されている。インターネットの普及により、金融関連のサービスの利用がどの程度進展したかについて、日本経済新聞社が首都圏で毎年実施している金融行動調査^(注)に基づいてみたい。

（注）06年の調査は10月19日～12月1日に東京駅から40km圏内に住む25～74歳の男女8,400人を対象に実施。有効回答者数は2,558人。

1 インターネットバンキングの利用状況
06年の金融行動調査におけるインターネット利用者の割合は66.6%で、前述の白書における普及率と近い値となった。
同調査によれば、40歳代までの回答者の

約8割はインターネットを利用している（第1表）。なかでもほぼ毎日利用しているという回答者が半数を超え、インターネットが生活や仕事に定着している様子がうかがわれる。しかし、50歳代では、利用者の割合が64.0%、60歳以上では39.6%に低下する。

一方、インターネットバンキングの利用については、利用したことがあると回答した人の割合が23.7%を占め、前年の21.5%から2.2ポイント上昇した。

インターネットバンキングの利用はインターネットそのものの利用状況と深く関係している。ほぼ毎日インターネットを利用する人の場合は、インターネットバンキングを利用したことがあると回答する割合が45.1%であるが、インターネットの利用頻度が下がるにつれてこの割合も低下する。年齢が高い層ではインターネットそのものの利用割合が低いことから、インターネットバンキングの利用経験者の割合も50歳代（18.9%）、60歳代（8.8%）ではそれ以下の層よりも低い（同表参照）。

第1表 年齢別にみたインターネットとインターネットバンキングの利用状況

（単位 人，％）

		回答者数	インターネットの利用状況						インターネットバンキングを利用したことがある人（％）
			利用している	ほぼ毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1～2回	ほとんど利用していない	
全 体		2 558	66.6	41.4	13.1	7.0	5.1	32.2	23.7
年 齢 別	30歳未満	176	80.1	57.4	11.4	7.4	4.0	19.9	36.4
	30歳代	552	84.6	50.9	17.9	8.7	7.1	14.9	37.5
	40歳代	564	80.1	53.0	13.8	8.3	5.0	19.0	29.1
	50歳代	586	64.0	37.2	14.2	7.2	5.5	34.6	18.9
	60歳以上	680	39.6	23.7	8.1	4.3	3.5	58.4	8.8

資料 日本経済新聞社「2006年金融行動調査」

（注）無回答はインターネットの利用状況で1.2%、インターネットバンキングの利用状況で4.5%。

2 各種金融サービスの利用状況

06年の金融行動調査では、インターネットバンキングの利用状況のほかに、最近1年以内にインターネットで金融関連サービスを利用したかどうかを質問している（第2表）。回答者全体では「いずれも利用したことはない」と

第2表 インターネットの利用頻度別にみた金融関連のサービスの利用状況(複数選択可)

(単位 人, %)

	回答者数	口座残高・入出金明細照会	振込・振替(公共料金の支払いを除く)	株式の売買	商品のサービスやキャンペーンの内容の確認	預金や運用商品の金利の比較	パンフレットや申込書の資料請求	投資信託の運用実績やその他の資料請求	基準価額の確認	住宅ローン返済額のシミュレーション	住宅ローン金利の比較	その他の金融商品の取引	各種公共料金の支払い	投資信託の目論見書の電子交付	ライフプランニングのシミュレーション	セミナーの申し込みや窓口来店時間の予約	ローン・キャッシングの利用
全 体	2 558	57.1	23.7	18.9	11.8	10.0	6.7	6.6	5.6	5.0	4.8	4.4	3.4	2.8	1.7	1.6	1.5
利用頻度	ほぼ毎日	1 060	34.1	44.6	35.6	23.7	18.6	12.9	12.8	10.5	8.8	7.7	9.3	5.7	3.4	2.8	2.5
	週に2～3回程度	335	53.1	19.4	15.5	9.9	12.2	6.3	7.2	7.2	7.2	8.1	2.1	1.8	2.7	1.8	1.2
	週に1回程度	179	64.2	15.1	14.5	5.0	6.1	4.5	3.4	3.4	2.8	4.5	1.7	0.6	0.6	0.6	1.1
	月に1～2回程度	130	78.5	6.9	6.2	3.8	3.1	2.3	1.5	1.5	1.5	2.3	1.5	2.3	0.0	1.5	0.8
	ほとんど利用していない	824	84.1	3.8	2.3	0.4	0.5	0.4	0.1	0.1	0.6	0.4	0.2	2.1	0.0	0.0	0.6

資料 第1表に同じ

(注) 無回答は5.7%, その他は0.4%

回答する人の割合が57.1%を占め最も多く、利用したサービスのなかでは「口座残高・入出金明細照会」が23.7%と最も割合が高かった。

しかし、インターネットをほぼ毎日利用する人に限ると、「口座残高・入出金明細照会」の選択割合が44.6%、「振込・振替」が35.6%と「いずれも利用したことはない」の34.1%を上回った。「株式の売買」も23.7%を占め、インターネットの利用頻度が高い人は、金融取引にもインターネットを活用するケースが多いとみられる。

3 住宅ローンの金利比較

インターネットで利用するサービスのうち、「住宅ローン金利の比較」(回答率4.8%)について、さらに詳しくみてみたい。このサービスの利用状況は、住宅ローンの利用状況とも関連すると考えられるため、現在民間金融機関の住宅ローンを利用している人(575人)に限定して回答割合をみると、「金利比較」を行った人の割合は13.4%を占める。さらに、住宅ローン利用者をインターネットの利用状況別に分けると、「ほぼ毎日利用」する人(265人)では16.6%、「週に2～3回程度」の人(95人)では

18.9%と特に選択割合が高い。

この調査では、民間住宅ローンを利用している金融機関を選択した理由についても質問(複数選択可能)しており、全体では「以前からその金融機関とよく取引していたから」(32.5%)、「不動産会社や建築会社に指定されたから」(32.5%)、「金利が低かったから」(23.0%)という回答状況であったが、インターネットで「住宅ローンの金利比較を行った」人(72人)の場合は、「金利が低かった」が43.1%と「不動産会社等に指定された」(38.9%)を上回り最も高く、「以前からよく取引していた」の選択割合は15.3%と低かった。

おわりに

この調査では、インターネットを頻繁に利用する人を中心に残高照会や振込等のインターネットバンキングの利用が進んでいること、それに比べると人数は少ないものの、住宅ローンの金利比較にインターネットを活用し、借入にあたっては以前からのつきあいよりも金利の低さを重視する人が存在していることが分かった。

(主任研究員 重頭ユカリ・しげとうゆかり)

統計資料

目次

1. 農林中央金庫 資金概況 (海外勘定を除く)	(39)
2. 農林中央金庫 団体別・科目別・預金残高 (海外勘定を除く)	(39)
3. 農林中央金庫 団体別・科目別・貸出金残高 (海外勘定を除く)	(39)
4. 農林中央金庫 主要勘定 (海外勘定を除く)	(40)
5. 信用農業協同組合連合会 主要勘定	(40)
6. 農業協同組合 主要勘定	(40)
7. 信用漁業協同組合連合会 主要勘定	(42)
8. 漁業協同組合 主要勘定	(42)
9. 金融機関別預貯金残高	(43)
10. 金融機関別貸出金残高	(44)

統計資料照会先 農林中金総合研究所調査第一部

T E L 03 (3243) 7351

F A X 03 (3270) 2658

利用上の注意 (本誌全般にわたる統計数値)

- 1 数字は単位未満四捨五入しているので合計と内訳が不突合の場合がある。
- 2 表中の記号の用法は次のとおりである。
「0」単位未満の数字 「-」皆無または該当数字なし
「...」数字未詳 「」負数または減少
「*」訂正数字

１．農林中央金庫資金概況

(単位 百万円)

年 月 日	預 金	発行債券	そ の 他	現 金 預 け 金	有価証券	貸 出 金	そ の 他	貸借共通 合 計
2001. 12	38,052,351	6,151,619	9,483,265	1,363,324	23,425,917	24,534,283	4,363,711	53,687,235
2002. 12	39,116,134	5,830,862	11,467,780	1,128,617	26,804,149	20,459,718	8,022,292	56,414,776
2003. 12	38,581,874	5,303,814	14,177,484	2,801,562	32,544,886	15,704,362	7,012,362	58,063,172
2004. 12	39,581,803	4,831,925	15,150,680	1,943,188	35,484,481	15,305,064	6,831,675	59,564,408
2005. 12	41,126,783	4,757,210	22,381,301	994,511	43,448,847	13,465,331	10,356,605	68,265,294
2006. 7	38,632,351	4,758,057	21,383,687	261,428	44,533,821	9,954,142	10,024,704	64,774,095
8	38,382,943	4,703,024	22,746,266	399,648	45,535,772	9,523,532	10,373,281	65,832,233
9	38,753,965	4,667,283	25,443,995	287,332	47,196,487	10,033,684	11,347,740	68,865,243
10	40,225,540	4,616,260	22,737,308	442,322	45,790,237	10,934,964	10,411,585	67,579,108
11	40,192,128	4,595,519	23,069,635	804,939	45,522,793	11,159,798	10,369,752	67,857,282
12	40,517,246	4,531,060	23,848,286	915,139	45,332,381	11,991,721	10,657,351	68,896,592

(注) 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。

２．農林中央金庫・団体別・科目別・預金残高

2006年12月末現在

(単位 百万円)

団 体 別	定期預金	通知預金	普通預金	当座預金	別段預金	公金預金	計
農 業 団 体	31,987,639	1,010	708,520	200	91,691	-	32,789,060
水 産 団 体	1,119,610	3	81,934	136	6,646	-	1,208,329
森 林 団 体	1,706	32	11,063	12	97	-	12,910
そ の 他 会 員	800	-	6,619	-	-	-	7,419
会 員 計	33,109,755	1,045	808,136	348	98,434	-	34,017,718
会 員 以 外 の 者 計	603,948	38,710	411,263	79,901	5,359,285	6,422	6,499,529
合 計	33,713,703	39,755	1,219,399	80,249	5,457,719	6,422	40,517,247

(注) 1 金額は単位未満を四捨五入しているので、内訳と一致しないことがある。 2 上記表は、国内店分。
3 海外支店分は、別段預金(会員以外の者) 1,233,745百万円。

３．農林中央金庫・団体別・科目別・貸出金残高

2006年12月末現在

(単位 百万円)

団 体 別	証 書 貸 付	手 形 貸 付	当 座 貸 越	割 引 手 形	計
系 農 業 団 体	71,520	9,012	215,609	0	296,143
統 開 拓 団 体	338	18	-	-	355
団 水 産 団 体	28,355	11,477	18,901	40	58,772
森 林 団 体	4,389	9,015	1,757	54	15,214
そ の 他 会 員	60	310	150	-	520
会 員 小 計	104,662	29,832	236,416	94	371,004
その他系統団体等小計	212,528	39,015	86,589	152	338,286
等 計	317,190	68,847	323,005	246	709,290
関 連 産 業	2,044,749	64,811	1,751,215	20,741	3,881,515
そ の 他	7,137,189	11,152	251,921	655	7,400,917
合 計	9,499,128	144,810	2,326,141	21,642	11,991,722

(貸 方)

4. 農 林 中 央 金

年 月 末	預 金			譲 渡 性 預 金	発 行 債 券
	当 座 性	定 期 性	計		
2006. 7	6,263,494	32,368,857	38,632,351	24,050	4,758,057
8	5,845,481	32,537,462	38,382,943	33,650	4,703,024
9	5,721,287	33,032,678	38,753,965	44,750	4,667,283
10	6,745,514	33,480,026	40,225,540	43,180	4,616,260
11	6,689,430	33,502,698	40,192,128	44,680	4,595,519
12	6,803,253	33,713,993	40,517,246	44,230	4,531,060
2005. 12	6,600,882	34,525,901	41,126,783	12,550	4,757,210

(借 方)

年 月 末	現 金	預 け 金	有 価 証 券		商品有価証券	買 入 手 形	手 形 貸 付
			計	うち 国 債			
2006. 7	114,337	147,091	44,533,821	14,552,650	966	-	141,863
8	134,545	265,103	45,535,772	14,553,303	5,311	-	143,210
9	76,196	211,136	47,196,487	14,406,938	46,407	-	140,172
10	108,274	334,047	45,790,237	14,536,354	53,803	-	143,497
11	111,358	693,581	45,522,793	14,717,100	52,973	-	154,331
12	66,478	848,660	45,332,381	14,249,586	36,861	-	144,809
2005. 12	82,219	912,291	43,448,847	12,579,696	12,988	621,800	161,132

(注) 1 単位未満切り捨てのため他表と一致しない場合がある。 2 預金のうち当座性は当座・普通・通知・別段預金。
3 預金のうち定期性は定期預金。 4 2005年3月、科目変更のため食糧代金受託金・食糧代金概算払金の表示廃止。

5. 信 用 農 業 協 同 組

年 月 末	貸 方				
	貯 金		譲 渡 性 貯 金	借 入 金	出 資 金
	計	うち 定 期 性			
2006. 7	49,430,610	47,923,570	437,978	65,745	1,162,023
8	49,720,663	48,095,276	556,776	65,743	1,164,331
9	49,447,636	48,090,332	466,541	93,745	1,164,332
10	49,507,544	48,172,967	617,325	93,738	1,163,959
11	49,474,165	48,159,891	621,590	93,738	1,163,958
12	50,238,949	48,449,989	527,970	93,737	1,163,958
2005. 12	49,588,347	47,989,498	396,380	71,795	1,132,794

(注) 1 貯金のうち「定期性」は定期貯金・定期積金の計。 2 出資金には回転出資金を含む。
3 1994年4月からコールローンは、金融機関貸付から分離。

6. 農 業 協 同 組

年 月 末	貸 方				
	貯 金			借 入 金	
	当 座 性	定 期 性	計	計	うち信用借入金
2006. 6	* 24,885,713	* 54,991,576	* 79,877,289	* 584,121	* 421,325
7	* 24,345,268	* 55,197,624	* 79,542,892	* 606,874	* 443,334
8	* 24,547,247	* 55,236,569	* 79,783,816	* 613,851	* 447,352
9	24,384,626	55,130,868	79,515,494	616,108	446,855
10	24,840,085	54,943,465	79,783,550	617,092	447,169
11	24,547,149	55,222,261	79,769,410	585,092	416,007
2005. 11	23,928,074	54,912,193	78,840,267	580,421	411,444

(注) 1 貯金のうち当座性は当座・普通・貯蓄・通知・出資予約・別段。 2 貯金のうち定期性は定期貯金・譲渡性貯金・定期積金。
3 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。

庫 主 要 勘 定

(単位 百万円)

コ ー ル マ ネ ー	受 託 金	資 本 金	そ の 他	貸 方 合 計
784,000	3,276,202	1,465,017	15,834,418	64,774,095
1,137,200	3,397,831	1,465,017	16,712,568	65,832,233
928,000	3,141,655	1,484,017	19,845,573	68,865,243
955,718	2,926,540	1,484,017	17,327,853	67,579,108
1,028,813	2,904,383	1,484,017	17,607,742	67,857,282
920,000	3,652,973	1,484,017	17,747,066	68,896,592
208,975	1,869,406	1,450,717	18,839,653	68,265,294

貸 出 金				コ ー ル ン	そ の 他	借 方 合 計
証 書 貸 付	当 座 貸 越	割 引 手 形	計			
7,496,749	2,294,446	21,083	9,954,142	701,148	9,322,590	64,774,095
7,079,041	2,281,130	20,150	9,523,532	807,627	9,560,343	65,832,233
7,575,173	2,296,283	22,055	10,033,684	742,657	10,558,676	68,865,243
8,327,774	2,443,317	20,374	10,934,964	760,588	9,597,195	67,579,108
8,705,162	2,281,723	18,580	11,159,798	720,000	9,596,779	67,857,282
9,499,128	2,326,141	21,642	11,991,721	971,800	9,648,691	68,896,592
10,833,674	2,443,857	26,667	13,465,331	953,232	8,768,586	68,265,294

合 連 合 会 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金	借		方				
	預 け 金		コールローン	金銭の信託	有 価 証 券	貸 出 金	
	計	う ち 系 統				計	う ち 金 融 機関貸付金
53,903	27,469,087	27,335,381	5,000	373,706	17,403,945	6,266,672	1,233,612
54,729	27,852,411	27,704,402	0	371,656	17,107,016	6,343,257	1,244,824
54,353	27,978,870	27,838,484	0	378,891	16,669,161	6,461,342	1,268,461
53,241	28,086,638	27,953,739	7,000	385,497	16,719,151	6,516,265	1,273,959
55,114	28,225,412	28,092,092	0	380,788	16,626,560	6,497,095	1,281,182
78,824	29,006,439	28,867,036	0	378,326	16,469,380	6,493,290	1,287,035
89,305	28,260,774	28,130,023	0	313,120	16,690,734	6,247,963	1,181,776

合 主 要 勘 定

(単位 百万円)

現 金		借				方		報 告 組 合 数
		預 け 金		有価証券・金銭の信託		貸 出 金		
		計	う ち 系 統	計	う ち 国 債	計	う ち 農 林 公庫貸付金	
*	388,821	* 54,761,685	* 54,526,219	* 4,890,982	* 2,046,315	* 21,542,099	* 306,728	848
*	410,765	* 54,398,893	* 54,171,824	* 4,943,412	* 2,061,483	* 21,615,857	* 306,521	846
*	401,072	* 54,748,786	* 54,521,299	* 4,717,550	* 1,890,613	* 21,667,910	* 305,894	845
	380,668	54,523,460	54,307,168	4,632,808	1,830,964	21,766,860	* 305,248	843
	387,836	54,737,606	54,522,928	4,699,708	1,873,522	21,717,504	301,989	843
	405,301	54,681,310	54,423,682	4,683,735	1,843,393	21,715,332	293,570	843
	403,189	54,417,763	54,219,691	4,457,021	1,776,609	21,199,396	313,663	878

7. 信用漁業協同組合連合会主要勘定

(単位 百万円)

年 月 末	貸 方				借 方				
	貯 金		借 用 金	出 資 金	現 金	預 け 金		有 価 証 券	貸 出 金
	計	うち定期性				計	うち系統		
2006. 9	2,070,843	1,395,345	4,397	54,165	14,238	1,254,369	1,220,190	138,407	712,402
10	2,106,875	1,415,702	4,396	54,166	15,998	1,276,606	1,239,755	141,976	718,560
11	2,087,587	1,392,640	4,395	54,178	16,227	1,267,298	1,230,318	144,157	708,035
12	2,113,405	1,406,159	4,395	54,236	15,488	1,300,376	1,257,850	144,190	700,314
2005. 12	2,210,385	1,539,111	31,314	67,178	15,779	1,354,735	1,310,631	148,575	757,240

(注) 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。

8. 漁業協同組合主要勘定

(単位 百万円)

年 月 末	貸 方					借 方						報 告 組合数
	貯 金		借 入 金		払込済 出資金	現 金	預 け 金		有 価 証 券	貸 出 金		
	計	うち定期性	計	うち信用 借 入 金			計	うち系統		計	うち農林 公庫資金	
2006. 7	814,085	472,490	224,636	161,196	117,955	6,241	793,672	779,136	754	245,148	9,564	194
8	807,542	466,977	221,468	158,574	117,735	6,368	786,817	772,611	753	243,064	9,539	190
9	826,972	475,107	212,333	155,897	117,936	6,072	* 794,645	* 779,400	* 742	257,144	9,700	190
10	867,020	496,539	210,149	154,619	117,141	6,894	833,939	819,715	731	254,090	9,651	187
2005. 10	1,001,290	590,602	245,139	178,390	125,431	7,545	942,590	920,633	7,836	293,025	9,888	268

(注) 1 水加工協を含む。 2 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。
3 借入金計は信用借入金・共済借入金・経済借入金。

(単位 億円, %)

(注) 1 農協、信農連は農林中央金庫、郵便局は郵政公社、信用金庫は信用金庫ホームページ、信用組合は全国信用中央組合協会、その他は日銀資料（ホームページ等）による。
2 都銀、地銀、第二地銀および信金には、オフショア勘定を含む。
3 農協には譲渡性貯金を含む（農協以外の金融機関は含まない）。

10. 金融機関別貸出金残高

(単位 億円, %)

[illegible]

(注) 1 表9(注)に同じ。ただし郵便局の確定値はホームページによる。

2 貸出金には金融機関貸付金、コールローンは含まない。

3 農協には共済貸付金・農林公庫（貸付金）を含まない。