

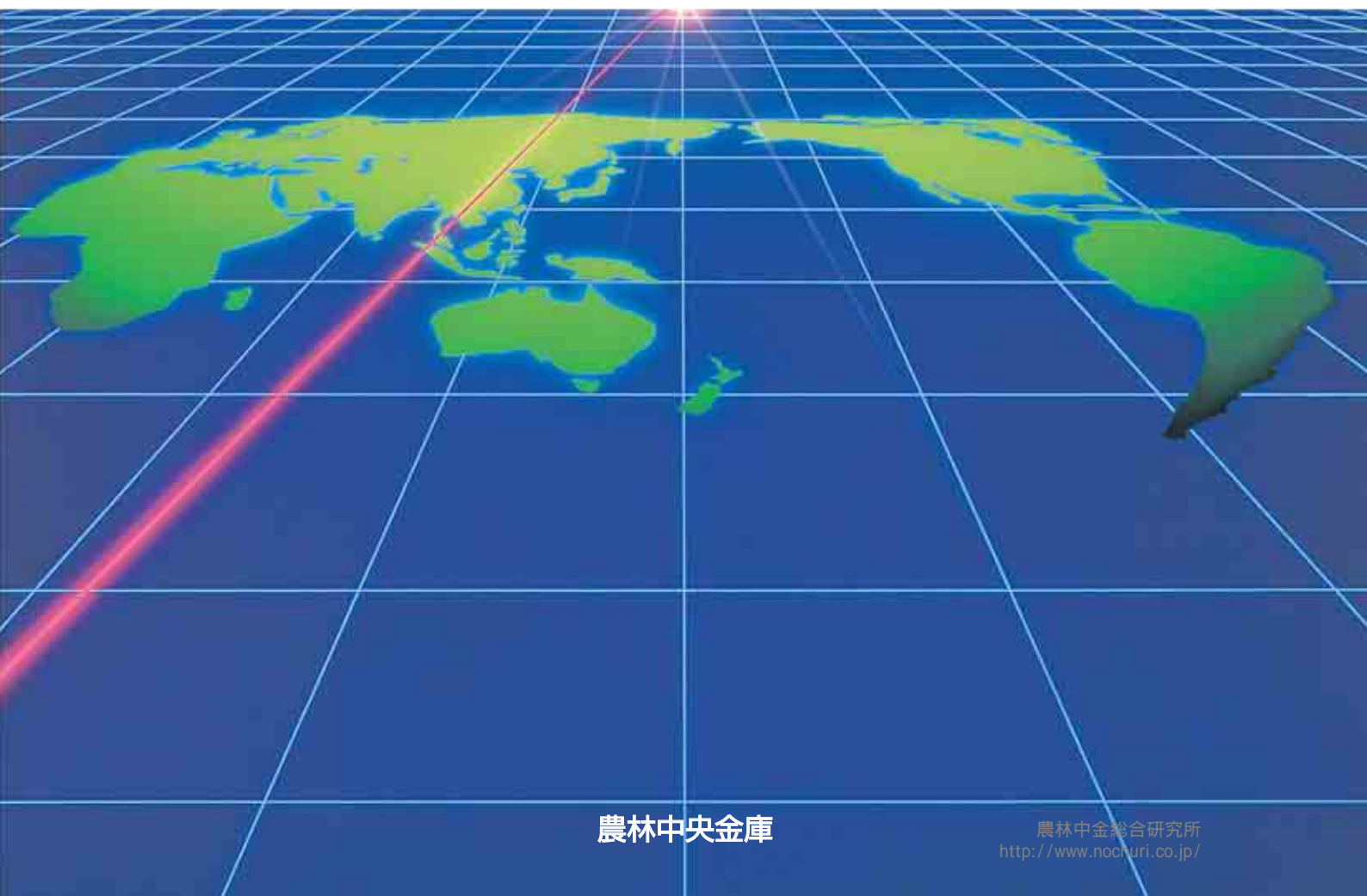
農林金融

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

2016 **11** NOVEMBER

食の変化と小売業

- 食料消費構造の変化と食品小売業の対応
- 根釧地域の酪農をめぐる動向



食生活の未来

人類初のヒトゲノム完全解読に成功したのが2003年であった。これは数人のゲノムが混ざった状態のものを解読しており、13年の期間と30億ドルの費用がかかっている。07年には2か月の期間と100万ドルの費用で個人のゲノム解読に成功している。現在では遺伝子検査装置である次世代シーケンサーの解析能力の著しい向上によって、一人のゲノムすべてを解析するのに1日程度、10万円を切る料金で可能となってきた。

この遺伝子情報によって、個人の体質、病気のリスク、食事法、ダイエットの方法、適合するスポーツ、トレーニング方法、アルコール耐性、メンタル面での傾向まで分かるようになってきたという。健康法・食事法も万人共通の王道はなく、人それぞれ適性が分かるので、個性に合わせた個々人の対応方法が提案される遺伝子検査サービスも始まっている。さらにスイスでは、白血球抗原の遺伝子に基づいて男女の相性を予測する結婚相談ビジネスまで立ち上がっている。

遺伝子検査には遺伝に伴う倫理的問題やカウンセリングの課題などを抱えているが、医療の世界では、予防医療での活用可能性が広がり、個人化医療（テーラーメイド医療）の実現も視野に入ってきている。我々の食生活も個人ごとにオーダーメイドとなり、遺伝子タイプ別のメニューや食品・農水産物が提案されるような未来が来るのかもしれない。

一方、農業の世界では、品種改良にゲノム編集の技術利用が広がりをみせている。12年にゲノム編集が実証されたCRISPR-Cas9（クリスパー・キャスナイン）を用いた技術は、医療に限らず広範な分野で研究が行われている。海外の種豚会社によると、豚繁殖・呼吸障害症候群を発症しない豚の作出に成功したという。また、野菜、果樹、水産物でも研究が始まっているとの報道がなされている。今後は規制の議論も進むと思われるが、生産性・保存性・品質等の向上のほか、天候不順にも耐えられる品種の開発など、種と食の世界が大きく変わる可能性が広がりつつある。

本号ではフードシステムをテーマとしている。現実の消費の現場では、人口減少・消費飽和の時代と叫ばれて久しいが、食品スーパーを中心とする流通業界では、ネットスーパーや宅配サービスなど、消費者の御用達、御用聞きになるよう機能強化を図ってきている。顧客が何を欲しているのか、本質的な潜在ニーズは何かを探り出すには、消費者心理も含めて個人にどこまで迫るかが鍵であろう。

堀内論文では、食料消費動向の変化とスーパーマーケットの戦略転換を紹介している。消費者意識としては健康志向が強いものの、利便性も追い求めるなかで、調理食品への支出、肉を中心とした洋食化の進行といった消費構造の変化が注目される。一方、消費者と直接向き合っている流通サイドでは、地域密着・個店経営で業績を伸ばしている食品スーパーの取組みを紹介している。チェーンストアでありながら、各店に営業の主体性を持たせて、地域密着型の品ぞろえ、鮮度感重視による差別化を図るほか、農産物の生産現場を知り、消費者へ情報提供する取組みは、潜在的ニーズの掘り起こしにつながるものといえよう。

（株）農林中金総合研究所 食農リサーチ室長 北原克彦・きたはら かつひこ

今月のテーマ

食の変化と小売業

今月の窓

食生活の未来

(株) 農林中金総合研究所 食農リサーチ室長 北原克彦

地域密着で生鮮強化を図るスーパーマーケットの戦略を中心に
食料消費構造の変化と食品小売業の対応

堀内芳彦 — 2

情
勢

根釧地域の酪農をめぐる動向

平田郁人 — 18

談話室

拡大する農学と教育

東京農業大学国際食料情報学部国際バイオビジネス学科
准教授 井形雅代 — 16

統計資料 — 28

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。

食料消費構造の変化と食品小売業の対応

—地域密着で生鮮強化を図るスーパーマーケットの戦略を中心に—

理事研究員 堀内芳彦

〔要 旨〕

わが国の食料消費は、実質賃金が低下傾向にあるなか、節約による内食志向に加え、高齢化・共働き世帯と単身世帯の増加による利便性志向の強まりから調理食品の消費が増えている。米・魚離れで高齢者も含め肉好きの洋食化が進むなか、健康へのこだわりからサラダ食材中心に生鮮野菜の消費も足元ではやや増加している。

こうした食料消費構造の変化に対応した、スーパーマーケットやコンビニエンスストア等が売上げを伸ばしている。スーパーマーケット業界では、大手総合スーパーマーケットも2015年度以降、中央集権型経営から地域密着での個店経営に大きく戦略転換し、特定商圏内でのシェア争いが一段と激化、特に首都圏では小商圏内での業態を超えた競争が激化している。また、商品戦略として、集客の鍵となる生鮮食品と惣菜を強化する動きが増えている。特にその中心となる青果について、小売サイドが農産物の生産者の現場を知り消費者と結びつけようとする動きは注目される。

目 次

はじめに

1 食のビジネスを取り巻く社会環境変化

- (1) 人口動態の変化
- (2) 消費者の価値観・消費行動の変化

2 食料消費の動向

- (1) 実質食料消費は減少傾向から横ばいに
- (2) 調理食品の支出割合が増加傾向
- (3) 米・魚離れ、肉・サラダ好きの洋食化進行

3 食品小売業の主な業態別動向

- (1) SMの動向
—地域の食品SMが健闘—
- (2) CVSの動向
—利便性追求で躍進—

(3) ドラッグストアの動向

—低価格路線で食品強化—

(4) 生協の動向

—共働き世帯を取り込む—

4 今後のSMの戦略の方向

- (1) 大手総合SMも地域密着、個店経営へ転換
- (2) 日本スーパーマーケット協会「シナリオ2025」
- (3) 地域密着・個店経営、生鮮強化(主に青果)の注目事例
—ヤオコーとエブリイの経営戦略—

おわりに

はじめに

近年、少子高齢化の進行や単身世帯、共働き世帯の増加など人口動態が変化し、消費者の価値観・消費行動も「十人十色」から「一人十色」へと多様化、細分化するなど食のビジネスを取り巻く社会環境が大きく変化しつつある。食料消費の最前線にある食品小売業界では、こうした社会環境の変化に対応し、戦略転換を進めてきたスーパーマーケット（以下「SM」という）、コンビニエンスストア（以下「CVS」という）、ドラッグストア等が売上げを伸ばしている。

なかでも、業態別の食品販売額でトップのSM業界は、大手総合SMも2015年度以降、本部集中型経営から地域密着での個店経営に大きく戦略転換し、特定商圏内でのシェア争いが一段と激化、特に首都圏では小商圏内での業態を超えた競争が激化している。また、商品戦略として、集客の鍵となる青果を中心とした生鮮食品（青果、鮮魚等）と惣菜を強化する動きが増えている。

本稿では、こうした食料消費をめぐる構造変化と食品小売業界の対応を整理したうえで、SM業界の差別化戦略として、重要なポイントの一つといえる生鮮食品の戦略について、その中心となる青果の事例を挙げてみていく。

1 食のビジネスを取り巻く社会環境変化

(1) 人口動態の変化

a 人口減少、高齢化の進行

わが国の人口は08年の1億2,810万人をピークに10年から減少傾向となり、30年に1億1,662万人まで減少、人口構成も65歳以上の割合が10年の23.0%から30年に30.9%に上昇すると推計されるなど少子・高齢化の進行が予想されている。^(注1)

(注1) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位（死亡中位）推計による。

b 都市部への人口集中

また、総人口に占める三大都市圏の割合は10年の50.9%から30年に53.1%（うち東京圏は27.6%から29.6%）に上昇、都市部への人口集中が予想されている。^(注2)

(注2) 国土審議会政策部会長期展望委員会「国土の長期展望（中間とりまとめ）」（平成23年2月21日）の推計による。

c 単身世帯の増加

一方、世帯構成は、単身世帯が10年1,679万世帯（総世帯数の32.4%）から30年1,872万世帯（同36.5%）に増加し、夫婦と子供のいわゆるファミリー世帯は10年1,447万世帯（同27.9%）から30年1,234万世帯（同24.1%）に減少が予想されている。^(注3)

(注3) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）2013（平成25）年1月推計」

d 女性就業率の高まり

また、女性の就業率について、出産子育てを担う25～39歳の年齢層をみると、00年と15年の対比で、25～29歳69.9%から80.3%、30～34歳57.1%から71.2%、35～39歳61.4%から71.8%と大幅に上昇し、60～64歳も定年延長や年金不安等から39.5%から50.6%に上昇している。^(注4)こうした女性就業率の高まりで、共働き世帯数は00年980万世帯から15年1,212万世帯に増加している（同期間の専業主婦世帯は916万世帯から687万世帯に減少^(注5)）。

〔注4〕総務省「労働力調査ミニトピックスNo.17」（16年8月）

〔注5〕総務省「労働力調査特別調査」「労働力調査（詳細集計）」

(2) 消費者の価値観・消費行動の変化

a 利便性消費が拡大

野村総合研究所が3年ごとに実施している「生活者1万人アンケート調査」によると、4つに分類した消費スタイルで、15年は「利便性消費（購入する際に安さより利便性を重視）」が拡大し、「安さ納得消費」「徹底探索消費」は減少、増大傾向にあった

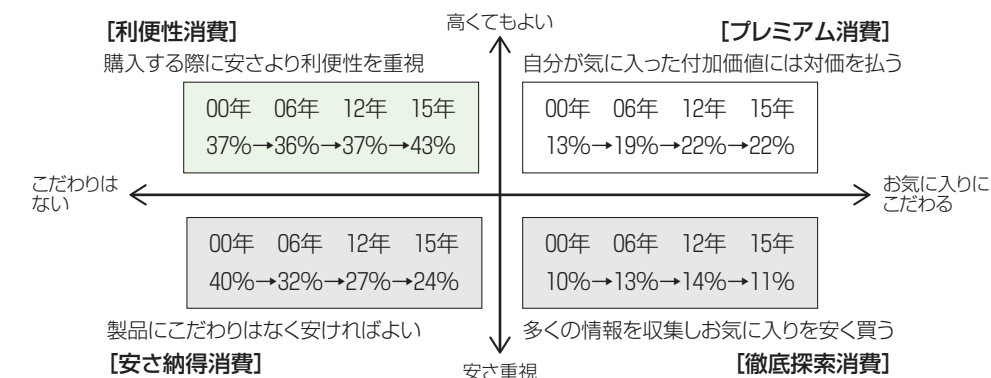
「プレミアム消費（自分が気に入った付加価値には対価を払う）」は12年の水準を維持している（第1図）。世帯特性でみると、「利便性消費」は夫婦が両方正社員の共働き世帯、双方無職夫婦（シニア）世帯と世帯年収の高い世帯で割合が高く、「プレミアム消費」は年収が高い世帯で、「安さ納得消費」は年収の低い世帯でそれぞれ割合が高い。

また、日本政策金融公庫の「平成28年度上半期消費者動向調査」によると、食の志向は「健康志向」が12半期連続トップとなっているが、上記の調査と同様に「簡便化志向」が拡大傾向にある（第2図）。

b 根深い節約志向、低価格指向

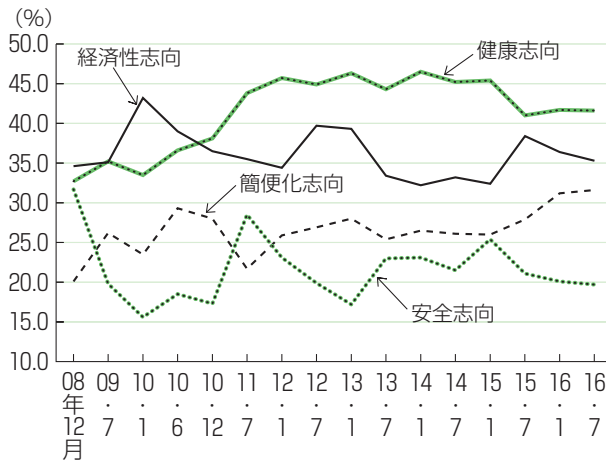
厚生労働省の「平成26年所得再分配調査」によると、当初所得ベースのジニ係数は、^(注6)08年0.532、11年0.554、14年0.570と高齢化と単身世帯の増加を主因に上昇しており、所得の二極化が拡大している。また、所得再分配後のジニ係数は08年0.376、11年0.379、14年0.376とほぼ同水準にあるものの、再分配後の平均所得額は08年518万円、11年486

第1図 「4つの消費スタイル」分布の推移



出典 野村総合研究所15年11月17日付ニュースリリース「7回目の『生活者1万人アンケート調査』を実施」

第2図 食の志向の推移



資料 日本政策金融公庫「消費者動向調査」(平成20年2月調査～平成28年7月調査)

万円、14年482万円と減少しており、これは中間的所得層から低所得層にシフトする世帯が増えたためとみられる。これより、前記の2つのアンケート調査では特に節約志向、低価格志向の強まりはみられないが、世帯数でみるとこの志向は増えていると推測される。

(注6) ジニ係数とは所得や資産の分布の不平等等を表す指標で、0～1の範囲で1に近いほど不平等度が大きい。

c 高齢者も肉好き

生活総研が16年1月に発表した「2024年の生活者のキモチを予測する実験(98～14年の生活定点調査をもとにコホート分析した予測)」によると、60歳代の好きな料理(複数選択可)について14年実績と24年予測を比較すると、ハンバーグが36.0%から49.3%、ステーキが38.2%から45.8%、ハンバーガーが18.3%から30.6%に上昇すると予測している。

年を取ると肉から魚へとイメージしがちだが、若い頃の食習慣は食べる量こそ減っても嗜好は変わらない(マクドナルドが日本に初出店した71年に20歳だった若者が今60歳代半ば)ということであろう。

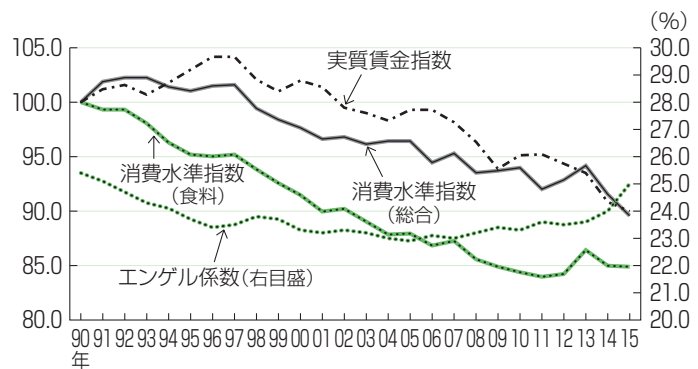
2 食料消費の動向

(1) 実質食料消費は減少傾向から横ばいに

食料消費の動向について、総務省「家計調査」の二人以上の世帯における消費水準指数(食料)の推移をみると、90年(=100)以降減少傾向が続き、11年に84.0まで低下している。この主な要因は実質賃金の低下であり、実質賃金指数でみると97年をピークに減少傾向が続いている。

12年以降、消費水準指数(食料)は、13年に14年の消費税増税前の駆け込み需要でやや上向くもほぼ横ばいで推移している(第3図)。

第3図 消費水準指数, 実質賃金指数, エンゲル係数の推移 (1990年=100)



資料 総務省「家計調査(全国・二人以上世帯)」, 厚生労働省「毎月勤労統計調査」

(注) 消費水準指数は、家計消費支出から世帯規模(人員)、1か月の日数および物価水準の変動を取り除いて計算した指数で、家計消費の量的側面を示す。
実質賃金指数は、事業所規模5人以上、調査産業計の現金給与総額の指数。

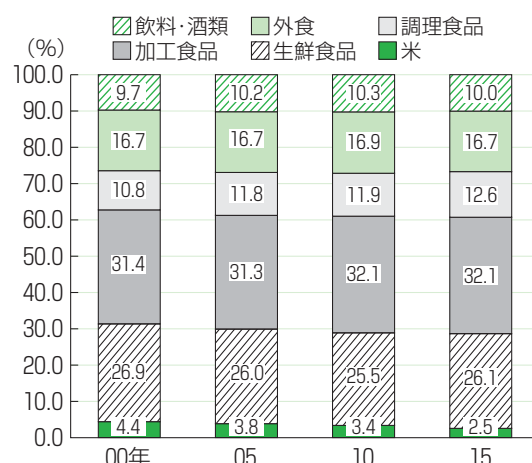
この要因について、エンゲル係数をみると、近年23%台で推移していたエンゲル係数が14年24.0%、15年25.0%と上昇している。これは食料消費の節約がこれ以上低下しない水準にまできている面と、14、15年と食料品価格の上昇に際し、質を落とさない消費者（プレミアム消費）も相当数いるという二面があるためとみられる。

(2) 調理食品の支出割合が増加傾向

次に、家計調査で世帯類型別に食料消費の種類別支出割合の推移（00年から15年まで）をみると、二人以上の世帯では大きな変化はないが、調理食品の割合が徐々に増加している（第4図）。また、単身世帯では外食の割合が大きく低下し、調理食品、加工食品、生鮮食品の割合が増加しており、特に単身男性でその傾向が強い（第5図）。

これは、節約による肉食志向に加え、高齢化や共働き世帯・単身世帯の増加により「利便性消費」の志向が強まり、家庭での調理時間の制約と一人分を調理する手間とコ

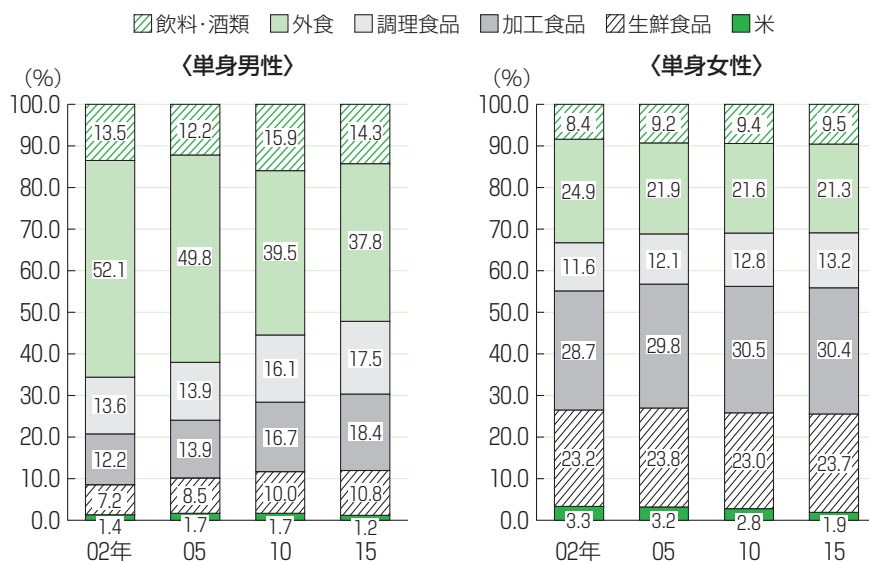
第4図 二人以上の世帯の種類別食料消費支出割合の推移



資料 総務省「家計調査」

- (注) 1 対象は二人以上の世帯で名目値ベース。
 2 生鮮食品は、生鮮魚介、生鮮肉、卵、生鮮野菜、生鮮果物。加工食品は、米、生鮮食品、調理食品、外食、飲料酒類を除く食料すべて。

第5図 単身世帯の種類別食料消費支出割合の推移



資料 第4図に同じ

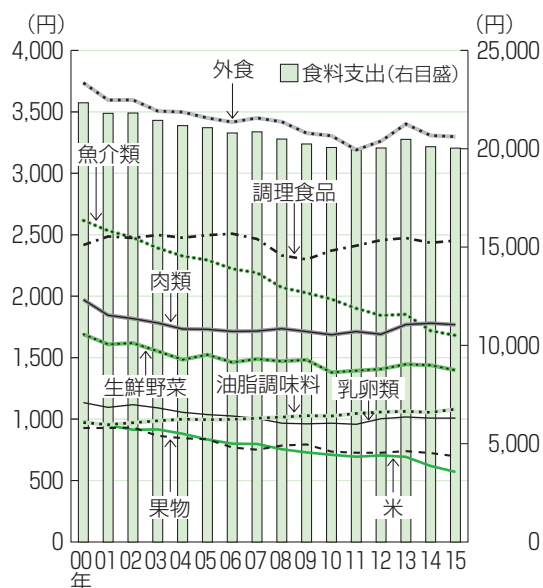
- (注) 1 対象は単身世帯で名目値ベース。
 2 生鮮食品は、生鮮魚介、生鮮肉、卵、生鮮野菜、生鮮果物。加工食品は、米、生鮮食品、調理食品、外食、飲料酒類を除く食料すべて。

ストから、惣菜や弁当など調理食品の消費が増加しているとみられる。

(3) 米・魚離れ、肉・サラダ好きの洋食化進行

さらに、二人以上の世帯の一人当たり月額ベースで品目別実質消費額をみると、00年以降、米と魚介類の消費が下落基調にあり、足元では肉類の消費が増加基調にある(第6図)。また、生鮮野菜は10年と15年の対比で+1.4%と若干増加しており、数量・金額とも増えているのは、トマト、レタス、ブロッコリー、キャベツである。生産面からみても、農林水産省「平成26年度地域特定野菜生産状況調査」で、作付面積・収穫量とも前回調査(平成24年)より増えているのは、非結球レタス、ズッキーニ、スナップエンドウとサラダや洋風料理用の品目で

第6図 食料消費支出の品目別実質支出額(二人以上の世帯の一人当たり月額)



資料 総務省「家計調査」「消費者物価指数」
 (注) 品目別の名目支出額を各品目の消費者物価指数(2000年=100)で実質化。

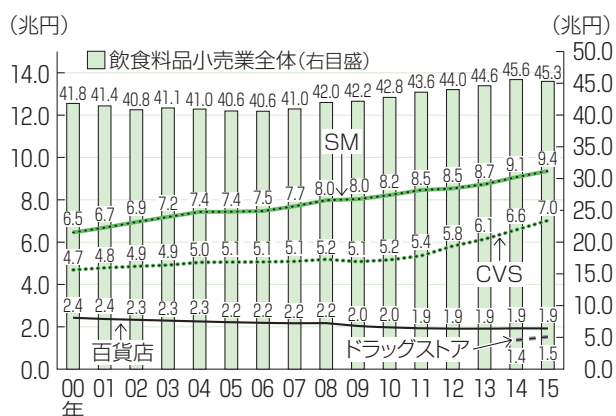
あり、和食離れがうかがわれる。

これは、前記の生活総研の調査にあるように、高齢者も含め、全体として食の嗜好が魚から肉へと洋食化が進むなか、安いだけでなく質にこだわる「プレミアム消費」志向から、食で健康を維持したいという消費者が、サラダ食材中心に生鮮野菜を購入しているためとみられる。

3 食品小売業の主な業態別動向

以上のような食料消費構造の変化に対する食品小売業の動向について、主な業態別にみていく。経済産業省の「商業動態統計」でみると、近年、飲食料品小売業全体の販売額(非食品を含む総販売額)が若干の増加傾向にあるなかで、業態別にみるとSM、CVS、ドラッグストアの食品販売額が増加傾向にある(第7図)。

第7図 業態別の食料品販売額の推移



資料 経済産業省「商業動態統計」
 (注) 百貨店、SMは、飲食料品の販売額。CVSは、ファストフード、日配品、加工食品の販売額。ドラッグストアは、食品、健康食品で、本調査対象となったのは14年分から実施。
 飲食料品小売業全体の値は、総販売額で非食品の販売額を含む。

(1) SMの動向

—地域の食品SMが健闘—

近年、大手総合SMは衣料・家電・住関連等の専門店にシェアを奪われ苦戦する一方、特定の地域を商圈として食品を中心に扱う食品SMが健闘している。その主な要因として、店舗戦略で、特定地域に集中出店するドミナント戦略により、経営効率化（物流コストや広告費の抑制等）と特定地域でのシェア拡大を図っていること。そして、商品戦略面で、生鮮食品は必ずしも仕入規模が決め手になるわけではないなか、食文化の違いにより地域性が強いといわれる生鮮食品や惣菜等への嗜好対応や鮮度管理などで差別化を図る戦略で集客力を高めてきていることが挙げられる。

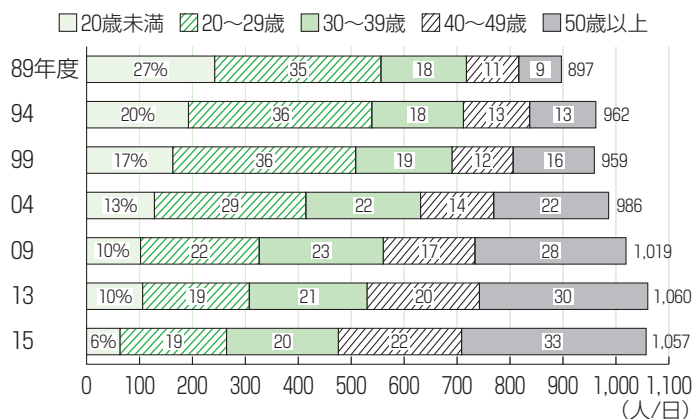
直近から今後のSMの戦略については、後で詳細にみていく。

(2) CVSの動向

—利便性追求で躍進—

70年代に登場したCVSは、小規模売場に食品・日用品を中心に豊富な商品を取り揃え、文字どおり「便利さ」を売り物にフランチャイズ方式での大量出店で成長し、POS（販売時点情報管理）技術を核とする商品管理の徹底と多品種少量時間別配送を可能とする物流システムにより高い経営効率を実現してきた。また、宅配取次ぎや金融サービス等のサービス拡充で生活インフラの拠点としての地位を築いてきている。

第8図 セブン・イレブンの1日1店舗当たり平均客数



出典 セブン&アイHLDGS.「事業概要2015」

近年は利便性に加え、惣菜等で地域ごとの嗜好なども加味したPB商品の開発力で差別化を図っており、CVSの顧客層について業界トップのセブン・イレブンの公表資料（第8図）でみると、人口動態の変化に応じ中高年齢層を取り込む事業転換を進めてきていることがうかがわれる。

直近では、ファミリーマートとサークルKを傘下に持つユニーグループ・ホールディングスの経営統合や三菱商事によるローソンの子会社化など、大手3社による寡占化が加速しており、今後はITを駆使した商品管理・物流システムによる一層の利便性向上と、地域特性も加味した惣菜等を中心とする商品開発力が競争のポイントになっていくとみられる。

(3) ドラッグストアの動向

—低価格路線で食品強化—

2000年代に急成長したドラッグストアは、近年、粗利率の高い医薬品で収益を稼ぎ、集客目的で加工食品をロスリーダー（採算

度外視の低価格目玉商品)とする戦略で食品の売上げを伸ばしている。12年度以降は主力の化粧品と日用雑貨の売上げがネット購入の増加等で頭打ちとなるなかで、冷凍食品や一部生鮮食品など食品の品揃え強化を図る動きも出てきている。

(4) 生協の動向

—共働き世帯を取り込む—

商業動態統計では業態として生協のデータは示されていないが、日本生活協同組合連合会がまとめた「地域生協の概況」によると、地域生協の組合員数の前年比伸び率は13年度1.9%、14年度2.3%、15年度2.1%と増加基調で、個配供給高(非食品も含む)の前年比伸び率も13年度3.8%、14年度4.0%、15年度5.5%と拡大し、15年度の個配供給高は1兆1,187億円となっている。これは、安全・安心へのこだわりに加え、共働きの子育て世帯の加入が増えているためとみられる。

4 今後のSMの戦略の方向

(1) 大手総合SMも地域密着、個店経営へ転換

モノ不足の時代に、広域商圈を対象に、画一的な品揃えでの大量仕入れ・大量販売で業績を拡大してきた大手総合SMは、近年、前述の人口動態、消費者行動の変化になかなか対応できず業績不振が続いていたが、15年度以降、抜本的な経営戦略の改革に乗り出している。

イオンでは、グループの中核となる総合

SMのイオンリテールが、15年度から店舗商圈ごとのライフスタイル別にユニットと呼ぶ専門化された売場を組み合わせた「イオンスタイル」への店舗改装に着手。15年2月には地域密着経営に転換すべく、本部権限であった商品仕入れや販促、改装などすべて6つの地域カンパニーに委譲する組織改革を実施している。

また、セブン&アイ・ホールディングスは、15年度からグループ成長戦略として、「過去のチェーンストア理論からの脱却」「店舗主体の運営、地域特性に合わせた品揃えの強化」を掲げ、総合SMのイトーヨーカ堂は、16年度以降、不採算店舗閉鎖、首都圏でのドミナント形成、徹底した地域商品開発と生鮮・惣菜強化による食品の徹底強化を進めるとしている。

(2) 日本スーパーマーケット協会 「シナリオ2025」

食品を中心に扱うSMを会員とする日本スーパーマーケット協会が、15年10月に「シナリオ2025～2025年に向けたスーパーマーケット業界の課題と展望～」を発表している。そのなかで、競争者である大手CVSが、本格的に地域別の商品開発をする段階に入り、大手総合SMも、生き残りをかけて中央集権的なオペレーションから地方分権、個店権限強化にシフトする状況を踏まえ、SM業界がとるべき競争戦略として以下の3点を挙げている。

①CVSや総合SMが、リージョン(地域)単位、都道府県単位での地域密着を進めて

くるなら、SMはさらに細かく市町村などの単位で地域対応レベルを上げる。

②そのためには店舗の能力を高め、その能力を活用する方向でチェーンオペレーションを進化させることが必要。

③ただし地域需要への対応だけに追われて、ディスカウンターやドラッグストアにボリュームゾーンをごっそりとられないように十分注意。

そして、商品戦略の第一に、「フレッシュフード・レボリューション～圧倒的に美味しく健康によい生鮮供給～」を挙げている。新日本スーパーマーケット協会「消費者調査2014」によると、生鮮食品の購入頻度は、1週間に2回以上が、野菜61.7%、果物31.2%、精肉49.2%、鮮魚49.2%と、SMにとって、生鮮食品（特に野菜）は集客の柱となる部門である。SM業界の15年の部門別売上構成比（第9図）をみると、生鮮3部門（青果、水産、畜産）が33.9%を占め、9.7%を占める惣菜部門と合わせ、ここ数年SMが

強化を図り売上げが伸びている部門であるが、他業態を圧倒するには生鮮食品のさらなる強化が必要だと日本スーパーマーケット協会はみているということだ。

(3) 地域密着・個店経営、生鮮強化 (主に青果)の注目事例

—ヤオコーとエブリイの経営戦略—

次に、「シナリオ2025」で掲げるSMの競争戦略に関する注目事例として、ヤオコーとエブリイを取り上げ、その経営戦略の特徴と集客の柱となる生鮮食品（主に青果）の商品戦略をみていく。

ヤオコーは埼玉県川越市を拠点に都心から20～40km圏を商圈として、「食生活提案型SM」「チェーンとしての個店経営」で27期連続増収増益を続けている。また、エブリイは広島県福山市を拠点に広島・岡山県を商圈として、同地域にイズミやハローズなど同業大手がいるなか、「超鮮度」「専門店化」「独自固有化」で9期連続増収増益を^(注7)続けている。

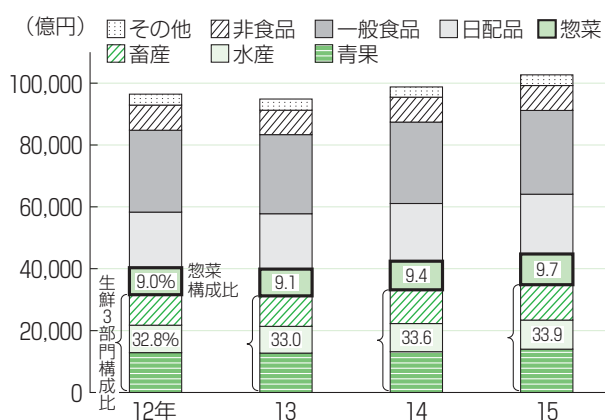
(注7)・ヤオコーの経営戦略は、当社ホームページ掲載の「グループ中期計画」「平成28年度3月期決算説明会資料」、および農業開発研修センター主催「平成28年度農産物研究会」(16年9月15日)：ヤオコー取締役営業統括室長・反町裕氏「食生活提案型商品・販売戦略」の講演内容による。
・エブリイの経営戦略は、当社へのヒアリングによる。
・2社の会社概況は第1表参照。

a ヤオコー

(a) 基本経営戦略

ヤオコーは、バブル崩壊後の94年に策定した第1次中期経営計画で、総じて「よろ

第9図 スーパーマーケットの部門別売上高の推移



資料 新日本スーパーマーケット協会「スーパーマーケット白書2013年～2016年版」

(注) 生鮮3部門は、青果、水産、畜産。青果は、野菜類、果実類、花・植木、観葉植物。水産は、魚介類、乾物。

第1表 ヤオコーとエブリイの会社概要

	(株)ヤオコー	(株)エブリイ
設立, 本社所在地	1957年 埼玉県川越市	1989年 広島県福山市
店舗エリア・店舗数(店)	埼玉県84, 群馬県13, 千葉県25, 栃木県5, 茨城県7, 神奈川県6, 東京都8(合計148)	福山エリア14, 広島エリア11, 岡山県10(合計35)
従業員数	社員 2,747人 パートタイマー 9,137人	社員 910人 パートタイマー 2,488人
資本金	42億円	30百万円
売上高(営業収益)	3,255億円	683億円
経常利益	135億円	22億円
売上高経常利益率(%)	4.2	3.3
商品別売上構成比率(%)	生鮮部34.7, グロッサリー部51.0, デリカ事業部13.5, その他0.9	生鮮3部門45.2(青果17.8, 水産12.0, 畜産15.4), 惣菜11.0, 日配16.3, 一般食品27.4, その他0.1

(注) ヤオコーは、16/3期決算ベース。「有価証券報告書」「決算参考資料」による。
エブリイは、16/6期決算ベース。当社へのヒアリングによる。

ず屋」だったSM業界のなかで「何屋」になるかを明確にするとして、SMの取扱商品群をコモディティ商品（大衆実用品でグロッサリー部門商品に多い）とライフスタイル商品（生活充実品で生鮮・デリカ部門商品に多い）に分類したうえで、後者の商品を主とする「エブリディ・ライフスタイルアソートメント型SM」を目指すという方針を打ち出した。そして、00年の第3次中期経営計画で、地域の顧客を一番知っている各店に商売の主体性を持たせる「チェーンストアとしての個店経営」の推進を掲げ、以降、パートも含めた全員参加の商売で本部が各店をサポートし、顧客ニーズに対応する個店経営を充実させてきている。さらに、06年の第6次中期経営計画からはこれまでの戦略の充実を図る「豊かで楽しい食生活提案型SM」を基本経営戦略としている。

(b) 顧客に応じた提案・品揃え

16年3月期末のヤオコーカード会員数は189万人になっているが、このカードによる顧客ごとの購買実績データ（ID-POS）をもとに、顧客を年代と購入頻度等から19のセグメントに分類し、その結果を商品ごとに誰をターゲットに売のかなど商品・販売戦略に活用している。例えば、子持ち家庭を中心とする49歳以下のヤング層を細分化して、価格志向の強いセグメントを設け、この層は低価格の簡便商品で取込みを図るなど、きめ細やかな対応で、幅広い顧客の支持を高め商圏内のシェア向上を目指している。

(c) 農産物の重要性と農業へのトライアル

当社では、13年から、店舗ごとにロイヤルカスタマーと呼ぶ来店頻度の高い顧客を集め意見交換を行う座談会を開始し、これまで全体の8割にあたる120店舗で実施し

てきている。その座談会で分かったこととして、顧客の意識が最も高いのはやはり「野菜」である点を挙げている。そして、この座談会を通じて、購入頻度から認識していた野菜の重要性を再確認するとともに、〇〇農協、地元野菜、無農薬などへのこだわり度合いの高まっている点と、鮮度と品揃えが野菜への信頼感を生んでいる点が確認できたとしている。

こうした顧客ニーズに対し、当社の農産部門では、卸売市場以外からの調達である産直は、会津産直など産地卸の力を借りてやっているものが農産物調達全体の1割に満たず、地元野菜（地元の指定生産者・JAからの仕入）を合わせた調達比率も2割の状況で、今後この比率を3割に引き上げることを目標にしている。3割あれば顧客の来店目的をより強固なものにできると考えられるが、栽培方法などまで入り込んでその商品1品1品がきちっと評価される3割であり、ハードルは相当高いと認識している。

こうした認識から、16年度に農業への参入を決定している。おいしくて安全・安心な農産物をお値頃価格で供給するために、農産物生産に関して、おいしさへのこだわりなど品質面、栽培履歴の明確化や減農薬栽培など安全・安心面等について、地元農家や地方産地といっしょに研究し共有化することで、生産者との地域ネットワークを拡大し、さらには生産者、販売者、消費者の双方向の信頼獲得につなげていくことを、農業参入の主目的としている。初年度は農地中間管理機構制度を利用して埼玉県寄居

町で1.8haの農地を賃借し、キャベツ等の生産を開始、今後熊谷市、狭山市に農地を確保し、3年間で黒字化を目指している。

b エブリイ

(a) 地域密着の個店経営、売り切れ御免

エブリイは、鮮度追求（超鮮度）にこだわった地域密着での個店経営で、青果・鮮魚は各店が大半を地元卸売市場から毎日仕入れその日に売り切り、惣菜、弁当、調理パン、スイーツは各店で作り、昼や夕方の顧客の来店時間に合わせできたてを提供している。そして、SMの常識であった開店時に棚をすべて埋めるのではなく売り切れ御免、鮮度やおいしさを守るための欠品はOKとしている。また、惣菜の品目、味付け、量とその食材調達も各店が行い、調理加工や肉・魚加工、青果仕分も店内から見えるようになっていて食の安心と鮮度のライブ感を生んでいる。

こうした戦略をとる人員体制は、標準的な店舗で業界平均の倍近い人員が配置されているが、来店者が多く在庫回転数は72回と高く、売り切れ御免で商品ロス率を押さえて利益を確保している。また、食材調達面で、当社のグループ会社とのシナジー効果も発揮されている。

(注8) 当社の持株会社であるエブリイホームイホールディングスの傘下に、外食・給食事業、夕食材料宅配事業、通信販売事業、農業法人等当社含め9社がある。

(b) 超鮮度の取組み

鮮度追求（超鮮度）の取組みとして、野

菜を南九州などの大産地から24時間以内に店舗に並べる「旬と恵の超鮮Do！便24。」朝、工場でさばいた鶏を真空パックで当日店頭で並べる「吉備高原朝びき鶏」、長崎港や境港等からの「鮮魚直送便」、香川の漁師と提携した「漁船一艘買い」、店舗近隣の地元農家約1,600軒との契約による「地縁マルシェ」などがあり、惣菜コーナーと合わせて集客の柱となっている。

(c) 農業への参入

当社の青果仕入は大半が卸売市場だが、地元卸売市場の取扱量が年々減少していることに危機感を持ち、新たな生産者・産地との取組みを加速させている。その代表事例が、14年に、ひろしま農林漁業成長支援ファンドの1号案件で、エブリイホームイホールディングスの子会社として設立された「アグリリンクエブリイ広島」による農業への参入である。15年から、アグリリンクエブリイ広島の自社農場（広島県世羅町）でキャベツや白菜などを生産し店舗販売を始めているが、農業参入の主目的は、生産者の苦労や想い、課題を身をもって体験したうえで、地域の生産者とのつながりを拡大させ、生産者、小売、消費者にとってWIN-WINの流通とは何かを模索していくことだとしている。

(d) 新たな青果流通の取組み

また、16年5月には、エブリイホームイホールディングスと長野県連合青果、JA信州うえだ（以下「JA」という）が連携した新

たな青果流通の取組み「チーム櫻（たすき）プロジェクト」を発足させている。

このプロジェクトは、夏野菜の確保が課題となるなかで、既に取り引のあった長野県連合青果が仲立ちしてJAとの新たな農産物流通の仕組みを構築したもの。当社が求める顔の見える産地として、JAではミニトマト、アスパラ、ブロッコリーなど多品種少量生産の^{よたくぼ}依田窪地区を選定。従来の規格外品の当社グループでの活用等に加え、店舗でのパッキングや選果基準を大まかに設定することにより、農家の収穫・選果コストを低減する仕組みとしている。

JAでは、16年度からの3か年計画で市場出荷以外の独自販路拡大による農家所得拡大を掲げるなかで、管内の多品種少量生産の青果を他の地域に販売していくには、「信州うえだ」のブランド構築が重要と考えており、今回の取組み（エブリイの店舗に本プロジェクトの販売コーナーを設置）はそのスタートとなるものである。初年度の販売実績は5～8月でほぼ計画どおりの13百万円で、金額はまだ少ないものの、単価はJAが価格決定に関与できることで市場価格よりやや高めの実績を確保できているとのことで、JAでは、秋口からのぶどう、りんごの果実に加え、今後農産加工品の取扱いも3者で協議していきたいとしている。

産直については、単価と数量の交渉が全面に出てうまくいかないケースが散見されるが、今回の取組みは、JAが店舗視察によりエブリイの売り切る力を評価し、エブリイは農家の負担を考慮し選果基準等で工夫

を加え、それを長野県連合青果が仲介するというので、3者がプロジェクトの目的を十分に納得し共有化したうえでスタートしたものである。今後、産直に取り組むうえで大いに参考となる事例といえよう。^(注9)

(注9) チーム襷プロジェクトについては、エブリイとJA信州うえだへのヒアリングによる。

おわりに

家庭の食生活は、利便性や簡便化志向が強まるなか、惣菜、弁当、冷凍食品など調理食品の利用が増え、全体として味の画一化が進んでいるのではないかと。また、健康志向といっても惣菜に加えてサラダだけ食べて、果たして栄養バランスがとれ本当の健康につながっているのだろうか。健康志向の高まりは、日常生活が時間に追われ食生活が不摂生になっていることの裏返しではないだろうか。

こうした危惧を払拭していく可能性のある動きとして、ヤオコーやエブリイのように、小売業者が農産物の生産者の現場を知り、消費者と結びつけようとする戦略は注目すべきものである。

国民が健康で豊かな食生活を実現し、それを持続可能なものとしていくためには、その源となるおいしく安全・安心な農産物が、いかに生産されているかについて、小売業者が理解し、農産物の調理方法も含め、正しく消費者に伝えその消費を促していくことが、小売業者の社会的責任といえよう。

そして、これは小売業者の差別化戦略としても重要なポイントになると思われる。

<参考文献>

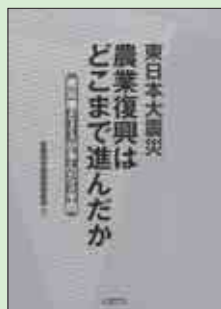
- ・木島豊希 (2012) 「2020年のスーパーマーケット業界の課題と展望に関する調査研究」『流通情報』494号、1月(40~58頁)
- ・国際商業出版 (2016a) 『月刊激流：流通業界2016年全予測』2月号
- ・国際商業出版 (2016b) 『月刊激流：大手スーパーの経営戦略』5月号
- ・国際商業出版 (2016c) 『月刊激流：食品スーパー21社の経営戦略』8月号
- ・国際商業出版 (2016d) 『月刊激流：産直・地産地消の新潮流』10月号
- ・重富貴子 (2014) 「ドラッグストア業態の商品構成に見る市場戦略と、収益性強化の方向性分析」『流通情報』506号、1月(43~52頁)
- ・島田陽介 (2015) 『流通業の「選択」』商業界
- ・中井彰人 (2014) 「50年に一度の大転換期を迎えるスーパーマーケット業界」『Mizuho Industry Focus』Vol.157、7月
- ・日本食糧新聞2016年7月30日臨時増刊『全国小売流通業特集』
- ・日本スーパーマーケット協会 (2015) 「シナリオ2025~2025年に向けたスーパーマーケット業界の課題と展望」10月
- ・日本政策金融公庫総合研究所 (2015) 「中小地場スーパーの生き残りをかけた取り組み」『日本公庫総研レポート』No.2015-5、6月
- ・農林水産省『食料・農業・農村白書』(平成25年度~平成27年度)
- ・松岡真宏・中林恵一 (2012) 『流通業の「常識」を疑え!』日本経済新聞出版社

<参考WEBサイト>

- ・DIAMOND RETAIL MEDIA オンライン・特集&連載「DIAMOND Chain Store The Interview：第122回 (2015年6月15日) ヤオコー代表取締役会長 川野幸夫」
<http://diamond-rm.net/articles/-/12620>
- ・DIAMOND RETAIL MEDIA オンライン・特集&連載「DIAMOND Chain Store The Interview：第133回 (2016年2月26日) エブリイ代表取締役社長 岡崎浩樹」
<http://diamond-rm.net/articles/-/13968>

(ほりうち よしひこ)

発刊のお知らせ



東日本大震災 農業復興はどこまで進んだか

被災地とJAが歩んだ5年間

(株) 農林中金総合研究所 編著

2016年10月1日発行 B6判223頁 定価1,800円(税別) (一社)家の光協会

本書は、東日本大震災からの被災地の農業復興の歩みについて、5年間にわたって(株)農林中金総合研究所が現地で調査を行ってきた記録をとりまとめたものである。

東日本大震災では、国内観測史上空前の大地震と大津波により、多数の尊い生命が失われるとともに、地域の基幹産業である農業も未曾有の大被害を受けた。さらに、深刻な原発事故も発生し、その被害はいまなお続いている。

被災地の人々は、このような極めて困難な状況のなかから、生活の再建と生業(なりわい)としての農業の再開・復活に向け、大変な努力を一步ずつ積み重ねてこられた。

そして、その農業の再開・復興の過程においては、農業者自身の努力はもとより、行政や関係する諸機関の多大な尽力があった。とりわけJAは、協同組合の理念と組織の力をもって、地域の農業とコミュニティの再建に、まさに中核的役割を發揮してきた。

本書は、東日本大震災発生から5年が経過した節目の時期にあたり、被災地の農業復興について、農業者やJA等のこれまでの取組みと現時点の状況を整理し、今後の課題を明らかにすることを目的に編集した。内容は基本的に、当研究所による被災地の農業者や行政等関係機関への聞き取り調査を基にしている。

被災地の農業復興は、地域ごとに異なる様々な課題に直面している道半ばの状況にあり、これからもきめ細かな政策や支援が必要となっている。私たちには被災地の現在の実情を冷静に見つめ直し、これからの復興の道筋を改めて考え、実行していくことが求められている。

本書が、今後の被災地の真の農業復興の一助となることを心から期待している。

目 次

はじめに

第1章 農業復旧・復興施策とJAの役割

第2章 未曾有の津波被害からの復興－宮城県の実情と取組み

第3章 復興過程で發揮される協同の力－岩手県の実情と取組み

第4章 風評被害克服と営農再開－福島県の実情と取組み

むすびにかえて－被災地の農業復興とJA

購入申込先……………(一社)家の光協会

TEL 03-3266-9029 (販売)

問い合わせ先……………(株)農林中金総合研究所

TEL 03-3233-7700 (代表)

拡大する農学と教育

過日、農林中金主催のセミナーに参加させていただいた際にオランダ人の講師と名刺交換をする機会を得た。東京「農業大学」という、そのものズバリの名称と、10,000人以上の学生が学んでいることを紹介させていただいたところ、講師からは、「日本の農業の将来の大きなポテンシャルですね」というお言葉をいただいたが、果たして本当にそうなのか。

そのオランダには、農学とその関連分野の研究・教育を行うワーヘニンゲン大学がある(実際には大学だけではなく農業および関連分野に関わる研究機関も一体に運営されている)。私も2004年夏から1年間学ぶ機会を得たが、その頃オランダに注目していた日本人は、以前から競争力の高かった施設園芸や酪農の関係者くら이었다であろう。その後、フードバレーやスマートアグリが大きく取り上げられるようになり、日本から多くの政治家、研究者、ビジネスマンがオランダに押し寄せたのは周知のとおりである。ワーヘニンゲン大学も、もとは地方の農業学校から出発し、農業の高等教育の重要性の高まりを背景に農業大学となり、HPによると1999年に「農業」をはずした現在の名称となると同時に、「従来の農学」に食品科学や環境科学などもとりこんだ現在の組織の原型がつくられた。本学も98年に、農学部から食品・化学、工学・環境、経済・ビジネスの分野がそれぞれ独立し4学部となった。はからずも同じ頃、2つの農業大学は農学の範囲の拡大に乗りだしたのである。ワーヘニンゲン大学と関係研究機関のキャッチフレーズが「Quality of life」であるのをみてもわかるように、農学は生活の質を向上させるためのあらゆる科学ということになった。

現在、本学の学部学科で「農」を冠しているのは1丁目1番地の農学部農学科のみである。私の所属する学科も含めて、学問分野の細分化や多様化に対応した様々な名称がつけられており、それらは一般的には理解しづらいものとなっている。農学の拡大の一方で農業という産業、まして農業経営のことを体系的に学び体験する機会は少なくなってしまった。私の所属する学科は、開学以来の農業経済系学科の伝統ともいえる学外実習を必修科目とし、農業に加え、食品ビジネスなど関連産業の現場へ学生を派遣している。とかく机上の議論になりがちである経済系の学生にこそ現場での体験が必要という考えに基づいており、研修先の多

くは本学の卒業生もしくは教員の個人的なつながりから開拓してきた。遠くは現
地在住の卒業生のお世話でブラジル、パラグアイ、アルゼンチンの南米各国にも
派遣している。学外研修を通じてはじめて「農大に入った実感がわいた」という
学生の感想が聞こえてくると、研修受入先の農家は「大学では何を教育している
のやら」と顔が曇る。

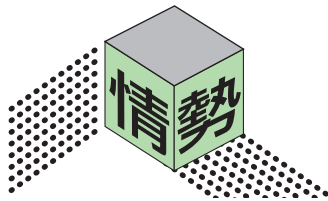
本学では来年4月に生命科学部を開設する予定であるが、同時に短期大学部
が募集停止となる。本学では、農業を中心に各界でトップクラスの経営者として
活躍している卒業生に毎年東京農大経営者大賞を授与するとともに、教育・研究
にご協力をいただいているが、農業経営での受賞者は短期大学部の出身者が少な
くない。後継者教育を担ってきた短期大学部がなくなるということは農業経営の
実務家、経営者を育てるという点では一歩後退することになる……。

このようなことを思ったのは、「談話室」(5月号)に投稿された堀口健治先生
(日本農業経営大学校長)による直球農業者教育を拝読させていただき、大学で
の農学教育がどこに行くのか考えさせられたからである。オランダ人講師のコメ
ントに立ち返ってみると、本学のみならず、日本全国には農業・食品およびその
関連分野の教育研究を行う学部学科は数多くある。それらの卒業生が本当に「日
本の農業の将来の大きなポテンシャル」になるのであれば、大挙してオランダに
押し寄せる必要もなくなるであろう。

周知のとおり、オランダでは大学での農学教育と農業者育成教育とは区別さ
れているため、ワーヘニンゲン大学も農業者を輩出するわけではない。しかし、
大学で得た知識・技術・ネットワークは、農業・食品製造技術の革新、農業・食
品分野で起業、コンサルタントや情報技術など経営支援の発展などをとおしてオ
ランダの農業・食品産業の発展に寄与してきたことは間違いない。日本において
も農学教育と農業者教育の場の分離がおきようとしているならば、本学にも、拡
大してきた農学の様々な研究分野の知識・ノウハウを集積してネットワーク化し、
農業・食品および関連産業に一層貢献できる可能性をもった人材の輩出が求めら
れることになる。

(東京農業大学 国際食料情報学部 国際バイオビジネス学科

准教授 井形雅代・いがた まさよ)



根釧地域の酪農をめぐる動向

専任研究員 平田郁人

はじめに

2014年度後半のバター不足報道を契機にわが国の生乳生産が注目されたが、15年3月に農林水産省が策定した「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針^(注1)」(以下「酪肉基本方針」という)では、初めて酪農の生産基盤弱体化の懸念が示され、「このような状態を放置すれば、今後の酪農及び肉用牛生産の持続的な発展に支障が生じかねない」と踏み込んだ記述がなされた。

酪肉基本方針では「人、牛、飼料」に着目し、人手不足、乳用牛飼養頭数の減少、飼料価格上昇等の動向を踏まえ、行政・系統団体等の関係機関が連携して生産基盤の維持・強化を目指すとしている。さらにその後も、指定団体制度に関する規制改革会議等の問題提起とも相まって生乳の生産・流通に関する議論が続いている。

この背景には酪農の生乳供給力の不安定化があり、本稿では基盤強化に向けた検討の一助とするため、主産地である北海道根釧地域の実情を紹

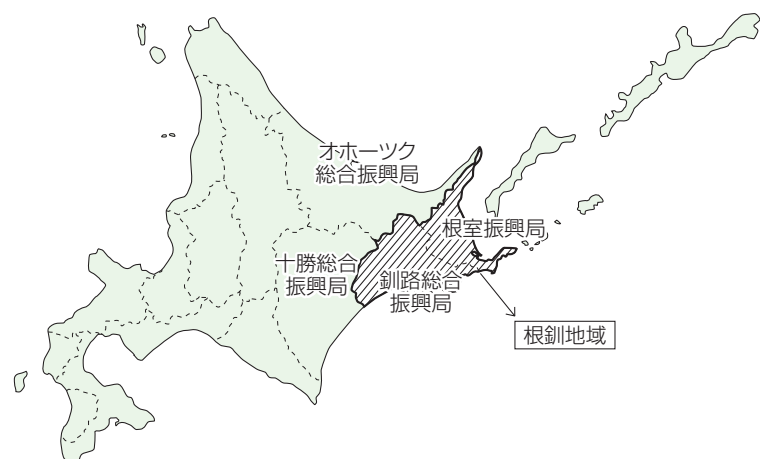
介する。

(注1)「酪肉基本方針」は、「酪農及び肉用牛生産の振興に関する法律」(54年制定当初は「酪農振興法」)に基づき、政府が食料・農業・農村政策審議会畜産部会の答申を受けて、酪農・肉用牛の生産振興に関して中長期的な取組方針を定めるものであり、おおむね5年ごとに見直される。

1 日本最大の酪農地域

根釧地域とは、北海道庁の釧路総合振興局と根室振興局の管内を合わせた地域であり、ここで営まれているのが根釧酪農である(第1図)。根釧地域の生乳生産量は日本全体の18.2%を占めており、日本最大の生乳生産地となっている(第1表)。冷涼な気候は耕種作物には不向きであるが、暑さ

第1図 北海道全図



出典 北海道庁ホームページから加筆作成

第1表 主要産地の生乳生産量と牧草作付面積
(2013年)

(単位 千トン, 千ha, %)

	生乳生産量		牧草作付面積	
		全国シェア		全国シェア
北海道	3,883	51.7	546	73.2
根釧	1,363	18.2	210	28.1
十勝	1,110	14.8	83	11.1
オホーツク	582	7.8	53	7.1
その他	827	11.0	200	26.8
都府県	3,626	48.3	200	26.8
栃木県	312	4.2	7	0.9
群馬県	249	3.3	3	0.4
熊本県	246	3.3	14	1.9
千葉県	229	3.1	1	0.1
岩手県	224	3.0	38	5.0
その他	2,366	31.5	137	18.3
全国計	7,508	100.0	746	100.0

資料 農林水産省「平成25年牛乳製品統計」「平成25年産飼肥料作物の作付(栽培)面積」, 新たな根釧酪農構想検討会議「根釧酪農ビジョン」

(注) 北海道内の内訳は農林水産省のデータに「根釧酪農ビジョン」で示されている道内シェアを乗じて算出。

に弱い乳牛の飼育や牧草の栽培には適しており、根釧地域の牧草作付面積は全国の3割弱を占め、草地(循環)型酪農を確立するとともに他地域にも粗飼料を供給している。また、酪農に関連する産業も多く、酪農は肉用牛、水産業、観光業とともにこの地域の基幹産業になっており、管内には大手メーカーの乳業プラントや配合飼料工場も多く存在している。

2 根釧酪農の形成と発展

(1) 形成期

明治初期からの北海道開拓において、根釧地域では当初、穀菽農業(穀物と豆類を生産)が進められたが、明治中期以降は開拓作業や陸上輸送に必要な馬の生産も盛んになり、一部酪農も行われた(第2表)。昭

和期に入っても根釧地域への開拓は進められたが、繰り返す冷害に阻まれ、1932年の晩霜では全作物が壊滅的な影響を受け、自家用食料にも不自由する農家もあった。この窮状に根釧原野放棄論も出るなか、翌33年に北海道庁は根釧地域の農業を従来の畑作中心から酪農主体に転換する方針を決定した。しかし、その成果が出始めた頃に戦争が拡大し、担い手の動員による労働力不足や資材不足に直面した(芳賀(2010))。

戦後の56年には、世界銀行の融資を活用した「根釧パイロットファーム事業」による入植が始まり、64年までに約5千haを開墾し、現在の別海町に約360戸が入植した。入植当初は豪州から導入したジャージー牛の長距離輸送による体調不良や家畜疾病の感染などの問題があり、酪農経営は厳しい状況が続いたが、65年に酪農振興法に基づいて第1次酪農基本方針(酪肉基本方針の前身)が策定され、66年には加工原料乳生産者補給金等暫定措置法に基づく不足払制度が発足したこと等により、根釧地域の酪

第2表 根釧酪農の発展経緯

時期	内容
1869年 (明治2年)	根室に開拓使根室出張所が設置され入植開始。
1884年 (明治17年)	屯田兵制度により釧路への入植開始。
1933年 (昭和8年)	前年の根釧地域での晩霜により全作物が壊滅。これを受け北海道庁が根釧原野農業開発5か年計画を策定、畑作農業から有畜農業に方針転換。
1956~64年	根釧パイロットファーム事業により、約5千haを開墾、約360戸が別海町に入植。
1966年	加工原料乳不足払制度が発足。
1973~83年	新酪農村建設事業の実施により、約1万5,000haの農地が造成され200戸以上が入植。

資料 釧路総合振興局、根室振興局の資料に基づき筆者作成

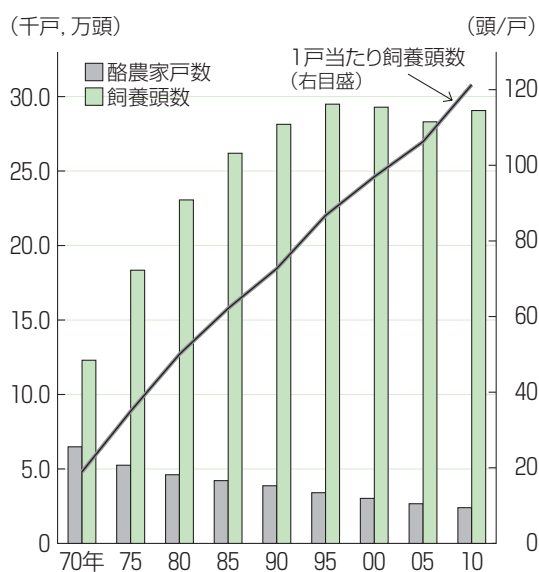
農は確立していった。

(2) 発展期

さらに、73年から83年にかけて「新酪農村建設事業」が行われ、別海町に加え根室市、中標津町、標津町、浜中町において約1万5千haの農地が造成され、200戸以上が入植した。その結果、草地基盤を有した大型酪農経営が生まれ、乳用牛の飼養頭数は大きく増加した(第2図、第3図)。ただし、根釧地域においても酪農家は減少し続け、70年に6.5千戸であった酪農家戸数が40年後の10年には63%減の2.4千戸(販売農家)となった。同期間の全国の減少率(92%減)や根釧以外の北海道での減少率(84%減)に比べれば緩やかな減り方ではあるが、半数以上の酪農家がこの40年間で離農した。

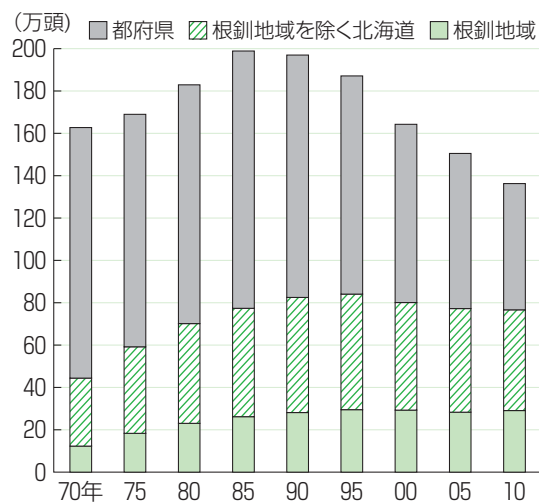
しかし、離農者の牧草地等は残った酪農

第2図 根釧の酪農家戸数と乳用牛飼養頭数の推移



資料 農林水産省「農業センサス」
 (注) 70年から85年までは総農家戸数と飼養頭数であり、90年から10年までは販売酪農家戸数とその飼養頭数。

第3図 地域別の乳用牛飼養頭数の推移



資料 第2図に同じ

家が取得し継続利用することで生乳生産力や草地基盤を維持・強化し、乳用牛飼養頭数自体は増加し、1戸当たりの経営規模は急拡大した(第2図)。ただし、拡大意欲のある酪農家が離農者と隣接しているとは限らず、牧草地が分散化することによって酪農家に一層の労働負荷を強いた。そのため、広範囲にわたり交換分合が実施され、今日に至るまで農業委員会や農協が中心となつて農地の集積が続けられてきた。

(注2) 分散している農地の所有権を地域内で相互に交換し、所有者ごとに農地を集約化すること。これにより自宅・農地間や、農地間の移動距離・時間の短縮、1か所の農地面積拡大が可能となり、農機利用が効率化される。

3 根釧酪農の現状

こうした過程を経て、現在の根釧酪農は、生産の主体が実質家族経営でありながら、1戸当たり乳用牛飼養頭数は121頭(10年)と、北海道平均(105頭)を1割強上回る

大規模なものになっている。また、牧草地も18万haと北海道全体の40%を占め、1戸当たり牧草地面積は67haとなり、他の北海道平均の1.6倍、都府県に比べると6倍になっている。

この大規模酪農経営を支えるため、根釧地域ではコントラクターが数多く組成され粗飼料の栽培・収穫の外部委託化が進んでおり、TMRセンターも早い時期から設立されている（16年では17か所）。さらに近年、酪農においてICT等の新技術の開発・普及も進み、搾乳ロボットやICタグを利用した発情発見補助具など、労働を軽減するための機械・施設が導入されつつある。

（注3）TMRはTotal Mixed Rationの略であり、乳用牛の養分要求に対応しトウモロコシなどの濃厚飼料と牧草などの粗飼料にミネラル・ビタミンを混ぜ、酪農家の作業負担を軽減しつつ低コストで高品質な飼料を供給する。

4 酪農発展の要因

今日、根釧地域が全国第1位の生乳生産地となっている要因は、主に次の3点である。

（1）豊富に残されていた未墾地の存在

厳しい自然条件や農地利用の可能性の低さから、根釧地域には戦後まで比較的多く未墾地が存在していたため、根釧パイロットファーム事業や新酪農村建設事業など国家的プロジェクトが可能になり、根釧酪農が発展した。その過程では様々な困難も発生したが、酪農家や農協が努力を積み重ね乗り越えてきた。

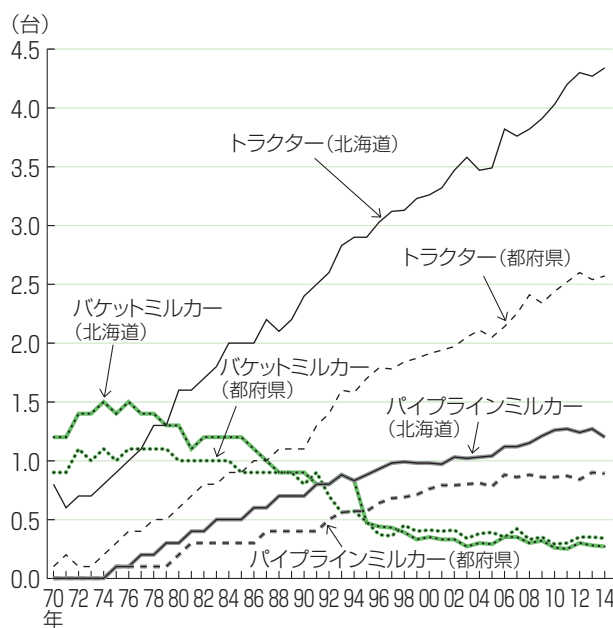
（2）交換分合による牧草地の合理的利用

酪農家の減少に伴い、農業委員会や農協による継続的な牧草地等の再集積の努力が続けられ、さらにコントラクター等の組織によって自給飼料生産の外部化を進めたことも酪農の発展に大きく寄与した。そのため、離農者の牧草地等は一旦は分散するものの、その後再集積を行うことにより規模拡大に伴う生産性向上を実現した。

（3）機械化の進展による労働生産性の向上

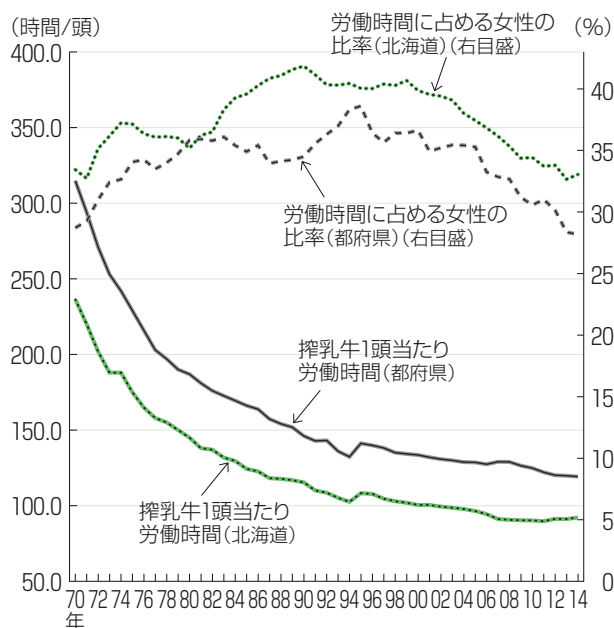
これまでの人・畜力による作業からトラクター等農業機械を利用した牧草収穫等の作業に置き換えられる一方で、90年代にバケット（バケツ）ミルカーからパイプラインミルカーに移行するなど搾乳作業においても省力化技術が導入された（第4図）。

第4図 酪農経営における主要農機具の所有台数（1戸当たり）



資料 農林水産省「畜産物生産費統計」

第5図 搾乳牛1頭当たりの労働時間(生産性)と女性労働割合の推移



資料 第4図に同じ

また、その後、人が動いて搾乳するパイプラインミルクカーから牛が搾乳場所に動き搾乳するミルクングパーラーが普及しつつあり（普及率は3割弱まで上昇）、近年では搾乳ロボットも導入されるようになってい。これらの機械化は、経営規模の拡大と相まって労働生産性を大きく向上させ、生乳生産コストを低減させた（第5図）。

5 農協の取組み

(1) 道東あさひ農協の取組み

a 全国一の生乳生産量

道東あさひ農協は、2009年に別海町・根室市を管内とする4農協が合併した広域農協であり、正組合員数656名（うち生乳出荷は約560名）、准組合員は根室市を中心に1,665名^(注4)である。当農協本所は、事務所中央にあ

る透明ガラスで仕切られた会議室など建物のモダンさに目を奪われるが、生乳生産量が全国1位の農協であり、営農指導を中心に経済・金融等の部門が連携して酪農経営を支援していることが大きな特徴である。当農協では、広域合併を契機として、11年度に「美しく豊かな酪農郷をめざす」を目標とした地域農業振興計画（第1次JA経営5か年計画）を策定し、さらに16年度に第2次計画を策定して引き続き目標の実現に向け取組みを強化している。

その一方で、高齢者生活ハウス（ホーム）併設のJA道東あさひケアセンターを拠点に、デイサービスや訪問介護等の高齢化対策にも注力している。地域から信頼される事業の展開によって、生活基盤の安定化や将来への不安を払拭するとともに、組合員が酪農に専念できる環境を整備している。

（注4）なお、別海町には当農協のほか、中春別農協（正組合員253名、組合員291名）がある。

b 意向調査の実施

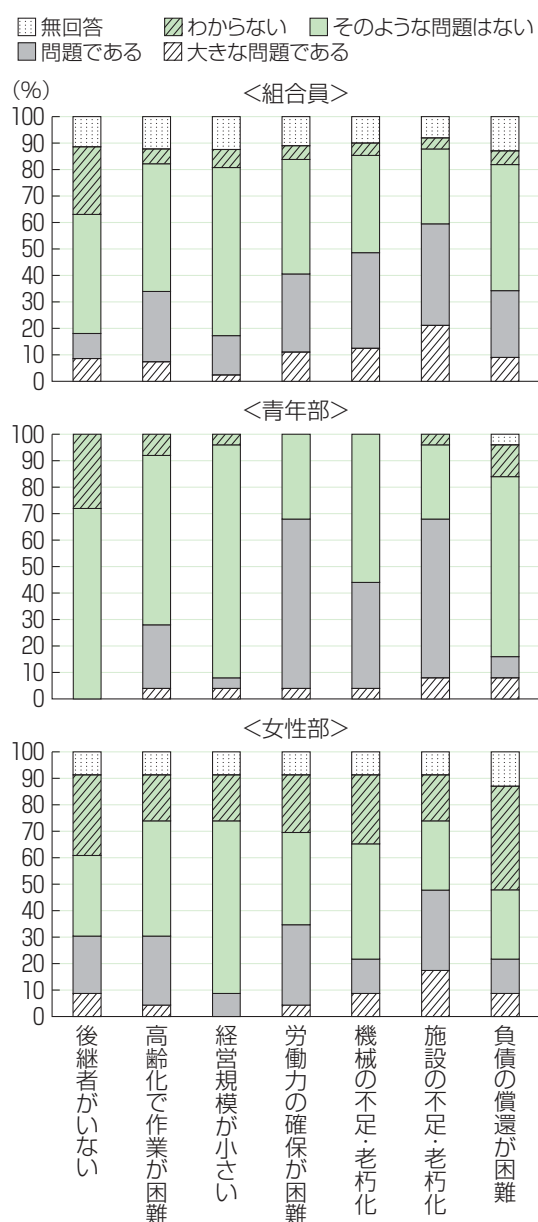
当農協では、上記第1次計画・第2次計画の策定にあたって組合員に対し意向調査を実施した。その際、立体的に現状を把握するため調査対象を青年部や女性部にも広げた。90年代以降、酪農の労働時間に占める女性の比率は低下しているが（第5図）、酪農経営において女性が経理や財務管理を担っているケースも多く、女性の意向を知ることが今後の酪農を検討するうえで重要であると考えているためである。

調査結果の一部を紹介すると、酪農経営の問題点・課題にかかる組合員の回答は「施

設の不足・老朽化」「機械の不足・老朽化」「労働力の確保が困難」が上位を占めており、「高齢化で作業が困難」「負債の償還が困難」が続いている（第6図）。

一方、「後継者がいない」は組合員と青年部で下位の問題となっており、これは当

第6図 経営上の問題点に関する調査結果



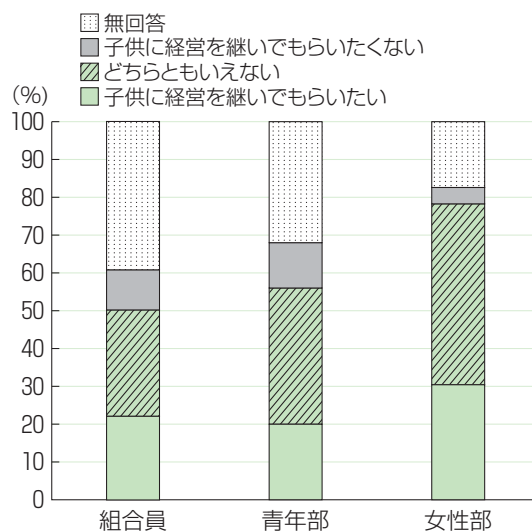
資料 道東あさひ農協「組合員・青年部・女性部意向調査第1部」集計結果

農協が草地基盤構築に努力してきた結果、今後も相当程度の経営環境の変化に耐えることができる見通しが経営者・後継者双方にあるためであると考えられる。

さらに、親として「子供に後継者になってもらいたいのか」との質問に、「どちらともいえない」が最も多いものの、2～3割が「継いでもらいたい」と回答しており、「継いでもらいたくない」と承継に明確に否定的な回答は1割程度以下と僅かである（第7図）。

その他、「必要な後継者への支援策」について、青年部が「配偶者対策」を第1位としているのに対し、組合員では「経営管理・飼養管理技術向上等の支援」、女性部では「資金面での優遇措置」が第1位となっている。また、「外国人研修生等の受入れ」に関しては、特に女性部に消極的傾向が強い。「生産・生活資材」については「品揃えの充実」が組合員、青年部、女性部を問わ

第7図 子供への経営承継にかかる意向の調査結果



資料 第6図と同じ

ず農協に対する上位のニーズとなっている。

(2) 浜中町農協の取組み

a 高級乳製品の原料乳生産

浜中町農協の前身は48年に設立された浜中村主畜農協であり、浜中町一円と厚岸町を管内としている。正組合員数は302名（うち生乳出荷は約180名）、准組合員は221名である。当農協も酪農を中心に地域農業の発展に努めてきており、80年代以降、ハーゲンダッツアイスクリームなど高級乳製品の原料乳生産を行っている。

また、浜中村（63年に町制移行）との連携のもと、62年から農村電化事業を始めとする地域のインフラ整備にも貢献してきた。近年では、さらなる過疎化の懸念から生乳生産基盤の維持、地域の雇用創出や地域経済の活性化を図っており、09年に町内の酪農関連企業等に出資を呼びかけ、農協としては全国初となる農協出資型酪農生産法人（株式会社酪農王国）を設立するなど、農業と地域社会双方の発展に努めている。

b 担い手確保に向けた取組み

今日の酪農情勢のなかで、当農協が最優先で取り組んでいるのが担い手確保対策である。もともと当農協は80年代から新規就農・育成対策に熱心に取り組んできており、83年に浜中町と共同出資して北海道初の研修牧場を設立し、研修生として雇用した後、酪農家として育成するなど、アイデアに富んだ施策を展開してきている。これらの取組みは、当農協が比較的小規模であり、

組合長以下役職員が機動的に組合員に寄り添うことで実現できている。その結果、新規就農者は37戸（うち非農家出身4戸）と全体の2割にのぼり、このなかには既に次世代へ事業を承継している人もいる。

当農協では、新規就農者は農家組合員の後継者に限らず農外からの新規参入希望者にも拡大しているが、そこには新規就農者を増やすためのハードルはそれほど高くないとの認識がある。農村地域には自然、子育て環境など都会とは違う魅力があるとの前提に立ち、受入側の「仲間として共に地域の構成員として受け入れよう」という意識を地域の全体の共有認識とすることが重要であると考え、女性や外国人も積極的に受け入れる方針を示している。また、所得と労働時間のワークライフバランスがとれていなければ情報発信もできないし人を呼び込むこともできないという方針も、新規参入者を呼び寄せる要因になっている。

6 根釧酪農ビジョンの策定

酪農の主産地である根釧地域でも酪農の生産基盤弱体化が懸念されており、将来の方向性や新たな可能性について具体的な方策を検討するため、14年8月に根釧酪農構想検討会議^(注5)を立ち上げ、今次酪肉基本方針策定の1か月前の15年2月に「根釧酪農ビジョン」を策定した。

本ビジョンは、①草地型（循環型）酪農の推進、②担い手の育成確保、③高付加価値化の推進と新たな可能性の追求、の3つ

の視点から具体的に事業展開を図ろうとするものであり、酪農家、農協、自治体などの関係者が認識を共有し、各団体・機関が主体的かつ連携を強め取り組むとの方針を示している。前述の道東あさひ農協の第2次計画も、重点取組内容は本ビジョンを踏まえており、地域全体でこのビジョンを実践しようとしている。

今年7月に現地を訪問した際に、「根釧酪農にとって必要なのは酪肉基本方針を基軸とした人、牛、飼料（草）に関する強力な政策展開である」ということを多く聞いたが、担い手確保、乳用牛の頭数増加対策、草地の生産性向上の方針は、根釧酪農ビジョン策定過程において関係者が問題意識を共有化した結果であると感じた。

(注5) 根釧管内の市町村長と農協組合長を構成員(24団体・機関)とし、事務局は釧路総合振興局と根室振興局が担った。

7 今後の根釧酪農の課題

(1) 飼養管理の向上

生産基盤の弱体化の一つの要素としてあげられている乳用牛の飼養頭数減少や飼養(供用)期間の短期化は、急速な規模拡大の副作用として飼養管理が悪化したことが主因となっている。今後は、乳用牛を健康に飼養することにより、飼養(供用)期間の長期化と繁殖の向上が求められている。そのためには、投入可能な労働力とバランスがとれた飼養頭数に抑制し、牛を見る目と時間を確保する必要がある。

(2) 牧草地の質的改善

近年の酪農経営において、配合飼料多給による搾乳量増加を目標として乳用牛の初・^(注6)2産での淘汰の増加が指摘されている。生乳の生産基盤の弱体化を回避するには、飼料基盤を拡充し配合飼料に過度に依存しない飼養管理を行う必要がある。そのためには牧草地の質的改善を図る必要がある。気温上昇により根釧地域でも牧草地に雑草が繁茂しやすくなっており、牧草地の質的低下が指摘されている。

これに対し、行政も草地基盤整備事業等により牧草地更新を推進し生産性回復の対策を行っているが、農協系統としても、生乳生産コストの低減や食料自給率の向上を図る観点から、行政等関係機関と連携して草地基盤の強化を進めることが求められている。

(注6) 「淘汰」とは搾乳量が少ない乳用牛の搾乳を終了すること。淘汰後は肉用牛として出荷される。

(3) 交換分合の継続実施

既に北海道では、年間生乳生産量が2千トン以上ある大規模酪農経営体の生産シェアが15%前後となっているが、その多くは離農酪農家から牧草地購入を要請される形で規模拡大してきたケースが多い。農協もこれらの農場や牧草地売買に積極的に関与してきた。

しかし近年では、残った酪農家が遠隔地にある農場や牧草地の引受けまで要請されるケースも増え、規模拡大によって逆に生産性が低下する懸念が出ている。こうした事態を回避するためには、引受け後の農場

の生産性が保てるよう関係機関と連携して交換分合を実施していく必要がある。

(4) 畜産環境問題への対応

別海町は草地型酪農のモデル地区として開発され、根釧パイロットファームと新酪農村建設事業の国家的なプロジェクトも別海町を中心に行われてきた。その結果、管内の農業産出額の9割以上が酪農になっているが、急速な規模拡大により家畜排せつ物処理施設の容量を超えるケースも散見されるようになり、河川への流出事故を招く事態に発展し、汚濁による水産業への被害が発生した。

その対策の一環として、別海町では家畜排せつ物を原料とした大型バイオガス発電のパイロットプラントを14年に設立した。このプラントは、①家畜排泄物の環境保全に配慮した処理、②売電による安定した処理施設の運営と管内エネルギーの自給化促進、③良質な敷料供給や有機肥料の飼料畑への還元を目的にしており、今後この事業の定着と発展が期待される。

(5) 集落機能と地域インフラ維持

近年の地方財政の悪化や人口減少により、

上下水道等の社会インフラや集落機能の維持が難しくなっている地域も一部にみられるようになり、このことが新規参入者を確保するうえでのネックとなりつつある。生活基盤のないところで産業は成長し得ず、地域ごとの創意工夫によって社会インフラを整備していく必要がある。

農協系統としても、今後とも総合事業性を活用して生活基盤の維持・強化に取り組み、農業と地域社会の活力維持・強化に貢献していく必要がある。

<参考文献>

- ・石橋榮紀 (2016) 「時評 酪農バブルに浮かれているときではない——人・牛不足の中で酪農界、酪農家は何をすべきか——」『デーリイマン』5月号 (18～19頁)
- ・梶井功編 (1982) 『畜産経営と土地利用 (総括編) ——飼料問題の展開と経営構造——』農山漁村文化協会
- ・小林信一・畜産経営経済研究会編 (2014) 『日本を救う農地の畜産的利用——TPPと日本畜産の進路——』農林統計出版
- ・芳賀信一 (2010) 『根釧パイロットファームの光と影』北海道新聞社
- ・平田郁人 (2016) 「減少が続く酪農経営」『農中総研 調査と情報』Web誌5月号 (4～5頁)
- ・美土路達雄・山田定市編 (1985) 『地域農業の発展条件——北海道酪農の展開構造——』御茶の水書房
- ・村上格 (2013) 「北海道別海町における酪農の生産構造」『地理学論集』Vol88, No.2

(ひらた いくひと)



書籍案内

農林漁業金融統計2015

A4版 193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。

編 集…株式会社農林中金総合研究所
〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12 TEL 03(3233)7744
FAX 03(3233)7794

発 行…農林中央金庫
〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

〈発行〉 2015年12月



統計資料

目次

1. 農林中央金庫 資金概況 (海外勘定を除く)	(29)
2. 農林中央金庫 団体別・科目別・預金残高 (海外勘定を除く)	(29)
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)	(29)
4. 農林中央金庫 主要勘定 (海外勘定を除く)	(30)
5. 信用農業協同組合連合会 主要勘定	(30)
6. 農業協同組合 主要勘定	(30)
7. 信用漁業協同組合連合会 主要勘定	(32)
8. 漁業協同組合 主要勘定	(32)
9. 金融機関別預貯金残高	(33)
10. 金融機関別貸出金残高	(34)

統計資料照会先 農林中金総合研究所調査第一部
TEL 03 (3233) 7745
FAX 03 (3233) 7794

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 「P」 速報値

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
2011. 8	41,519,060	5,267,689	20,833,815	4,514,003	39,608,801	14,404,304	9,093,456	67,620,564
2012. 8	43,162,601	4,904,809	22,663,355	3,339,030	44,790,290	15,913,424	6,688,021	70,730,765
2013. 8	48,273,510	4,361,479	25,103,111	7,315,751	48,281,427	15,816,774	6,324,148	77,738,100
2014. 8	51,045,710	3,853,777	28,249,138	9,975,475	50,697,759	17,183,715	5,291,676	83,148,625
2015. 8	54,359,268	3,406,472	35,611,419	12,516,205	57,686,683	18,395,437	4,778,834	93,377,159
2016. 3	58,505,536	3,133,079	35,826,345	13,717,126	58,275,029	16,932,987	8,539,818	97,464,960
4	58,948,002	3,073,234	30,559,780	15,217,822	56,335,570	16,280,344	4,747,280	92,581,016
5	59,886,701	3,014,061	29,962,479	17,190,174	56,074,942	14,815,349	4,782,776	92,863,241
6	60,917,090	2,955,459	28,985,622	22,449,941	53,854,921	13,058,562	3,494,747	92,858,171
7	61,050,075	2,896,379	28,886,283	21,619,836	53,150,884	12,812,756	5,249,261	92,832,737
8	61,204,037	2,837,329	29,646,304	24,529,057	52,913,635	11,895,381	4,349,597	93,687,670

(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

2016年8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	51,923,810	-	2,545,081	67	6,265	-	54,475,223
水産団体	1,734,681	-	124,848	2	52	-	1,859,583
森林団体	1,568	-	4,391	2	105	-	6,066
その他会員	6,266	-	5,463	-	-	-	11,729
会員計	53,666,324	-	2,679,784	71	6,423	-	56,352,601
会員以外の者計	375,214	39,312	326,051	75,746	4,014,037	21,076	4,851,437
合計	54,041,539	39,312	3,005,835	75,817	4,020,460	21,076	61,204,038

(注) 1 金額は単位未満を四捨五入しているため、内訳と一致しないことがある。 2 上記表は、国内店分。
3 海外支店分預金計 270,593百万円。

3. 農林中央金庫・団体別・科目別・貸出金残高

2016年8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 統 団 体 等	農業団体	340,536	108,006	22,088	-	470,630
	開拓団体	30	10	-	-	40
	水産団体	15,494	4,159	4,763	20	24,436
	森林団体	2,048	3,708	2,777	4	8,538
	その他会員	1,350	630	20	-	2,000
	会員小計	359,458	116,513	29,648	24	505,643
	その他系統団体等小計	75,550	15,079	31,775	-	122,404
計	435,008	131,592	61,423	24	628,047	
関連産業	2,863,432	63,034	770,118	2,126	3,698,710	
その他	7,430,103	2,754	135,769	-	7,568,625	
合計	10,728,543	197,380	967,310	2,149	11,895,382	

(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		
2016. 3	7,332,365	51,173,171	58,505,536	-	3,133,079
4	6,687,350	52,260,652	58,948,002	10,000	3,073,234
5	7,005,155	52,881,546	59,886,701	-	3,014,061
6	7,240,406	53,676,684	60,917,090	-	2,955,459
7	7,208,503	53,841,572	61,050,075	10,000	2,896,379
8	7,145,995	54,058,042	61,204,037	-	2,837,329
2015. 8	5,429,449	48,929,819	54,359,268	-	3,406,472

(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			
2016. 3	111,190	13,605,936	58,275,029	13,463,863	5,077	-	164,561
4	39,605	15,178,217	56,335,570	14,837,438	15	-	156,701
5	59,854	17,130,320	56,074,942	14,440,766	15,447	-	156,059
6	65,121	22,384,820	53,854,921	14,787,894	15,648	-	168,031
7	55,921	21,563,914	53,150,884	13,292,503	525	-	182,587
8	49,335	24,479,722	52,913,635	13,292,503	15,614	-	197,380
2015. 8	83,325	12,432,879	57,686,683	13,130,875	543	-	197,611

(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。

5. 信 用 農 業 協 同 組

年月末	貯 金		譲渡性貯金	借 入 金	出 資 金
	計	うち定期性			
2016. 3	59,736,127	58,425,263	1,220,077	1,023,019	1,795,925
4	60,349,099	59,071,842	1,199,673	876,779	1,869,045
5	60,374,474	59,169,724	1,294,655	876,779	1,869,089
6	61,672,446	60,174,331	1,317,282	1,018,811	1,866,324
7	61,342,233	60,173,333	1,431,092	1,018,812	1,868,943
8	61,661,325	60,374,632	1,437,726	1,018,811	1,870,041
2015. 8	59,895,317	58,427,729	1,146,456	885,795	1,802,658

(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。

6. 農 業 協 同 組

年月末	貯 金			借 入 金	
	当 座 性	定 期 性	計	計	うち信用借入金
2016. 2	31,028,346	65,379,033	96,407,379	466,364	305,347
3	31,129,234	64,789,499	95,918,733	471,279	299,523
4	31,517,224	64,850,686	96,367,910	476,398	307,666
5	31,133,015	65,062,240	96,195,255	483,456	315,372
6	31,583,020	65,850,237	97,433,257	479,560	312,568
7	31,237,472	66,394,121	97,631,593	493,993	328,539
2015. 7	29,941,295	65,339,612	95,280,907	502,993	334,028

(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
2,585	1,397,731	3,480,488	30,945,541	97,464,960
4,243	2,247,802	3,480,488	24,817,247	92,581,016
1,596	1,612,054	3,480,488	24,868,341	92,863,241
1,534	2,665,090	3,480,488	22,838,510	92,858,171
-	2,248,418	3,480,488	23,147,377	92,832,737
-	2,274,132	3,480,488	23,891,684	93,687,670
644,000	3,816,616	3,425,909	27,724,894	93,377,159

貸 出 金				コ ー ル ロ ー ン	そ の 他	借 方 合 計
証 書 貸 付	当 座 貸 越	割 引 手 形	計			
15,560,569	1,205,150	2,705	16,932,987	87,477	8,447,264	97,464,960
15,029,127	1,091,536	2,979	16,280,344	8,736	4,738,529	92,581,016
13,613,532	1,043,460	2,297	14,815,349	19,634	4,747,695	92,863,241
11,905,281	983,011	2,238	13,058,562	10,288	3,468,811	92,858,171
11,648,721	978,870	2,578	12,812,756	36,270	5,212,467	92,832,737
10,728,542	967,309	2,149	11,895,381	57,737	4,276,246	93,687,670
16,989,519	1,205,519	2,786	18,395,437	443,858	4,334,434	93,377,159

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
69,881	39,285,056	39,222,167	5,000	555,410	18,487,363	6,771,945	1,624,740
65,527	40,524,145	40,478,641	-	584,776	16,220,175	6,630,281	1,605,968
58,783	40,593,441	40,537,031	5,000	599,587	16,275,732	6,590,920	1,613,086
68,203	42,020,641	41,962,673	10,000	637,464	16,277,615	6,594,866	1,633,772
61,915	41,657,751	41,606,620	8,000	656,295	16,446,310	6,597,121	1,621,470
64,227	41,769,879	41,715,938	5,000	670,968	16,650,830	6,619,216	1,600,427
59,036	38,831,206	38,779,806	21,000	560,568	17,023,690	6,751,174	1,630,608

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	うち公庫 (農)貸付金		
410,236	70,576,996	70,333,011	4,149,601	1,675,250	22,317,886	174,418	679	
423,921	70,446,532	70,206,052	4,163,045	1,698,844	22,252,885	176,045	667	
426,238	71,173,603	70,930,882	4,058,291	1,641,692	22,037,622	176,248	662	
418,895	71,035,316	70,793,010	4,026,924	1,621,574	22,040,308	176,128	661	
475,578	72,734,094	72,505,225	3,963,086	1,575,171	22,023,492	176,568	661	
425,212	72,317,580	72,095,546	4,008,531	1,616,686	22,056,715	176,464	661	
422,464	69,280,329	69,035,663	4,268,059	1,805,562	22,628,939	186,430	681	

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 証 価 券	貸 出 金	
	計	うち定期性				計	うち系統			
2016. 5	2,344,623	1,646,673	14,972	54,039	16,638	1,818,301	1,797,119	84,638	478,917	
6	2,387,678	1,689,329	16,472	54,039	15,889	1,862,031	1,842,141	83,684	482,385	
7	2,389,171	1,697,537	16,472	54,049	16,139	1,857,110	1,836,227	83,664	487,225	
8	2,389,003	1,698,125	16,471	54,402	16,637	1,850,055	1,831,203	83,927	491,541	
2015. 8	2,269,660	1,607,216	10,358	56,040	16,181	1,700,238	1,681,654	93,090	512,597	

(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 証 価 券	貸 出 金		
	計	うち定期性	計	うち信用 借入金			計	うち系統		計	うち公庫 (農)資金	
2016. 3	785,276	424,169	85,693	63,750	107,715	5,539	788,893	780,712	400	154,384	8,720	82
4	772,953	417,812	86,615	63,323	107,821	5,593	775,355	766,809	400	155,930	8,601	82
5	783,817	427,179	88,992	64,722	107,500	6,459	780,177	772,174	400	157,196	8,448	81
6	793,767	432,685	90,304	65,469	107,582	6,366	783,979	775,559	400	159,521	8,481	81
2015. 6	790,747	429,166	100,438	75,536	111,601	6,810	773,320	765,126	400	176,464	9,233	98

(注) 1 貯金のうち定期性は定期貯金・定期積金。
 2 借入金計は信用借入金・経済借入金。
 3 貸出金計は信用貸出金。

9. 金融機関別預貯金残高

(単位 億円, %)

		農 協	信 農 連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合	
残 高	2013. 3	896,929	553,388	2,856,615	2,282,459	600,247	1,248,763	182,678	
	2014. 3	915,079	556,085	2,942,030	2,356,986	615,005	1,280,602	186,716	
	2015. 3	936,872	580,945	3,067,377	2,432,306	632,560	1,319,433	192,063	

	2015. 8	957,018	598,953	3,028,583	2,427,893	634,249	1,344,587	194,767	
	9	952,713	596,408	3,056,371	2,424,861	639,031	1,347,370	195,384	
	10	957,046	598,847	3,024,885	2,422,549	636,223	1,346,851	194,993	
	11	956,287	592,201	3,078,943	2,428,394	636,053	1,344,461	194,470	
	12	968,381	601,280	3,037,972	2,450,511	645,526	1,357,826	196,474	
	2016. 1	963,310	597,449	3,052,490	2,436,352	639,473	1,348,519	195,377	
	2	964,074	599,237	3,131,890	2,437,704	638,096	1,353,247	196,107	
	3	959,187	597,361	3,235,087	2,482,863	642,280	1,347,476	195,607	
4	963,679	603,491	3,252,802	2,491,246	644,282	1,362,524	196,956		
5	961,952	603,745	3,289,342	2,487,350	642,154	1,358,855	196,306		
6	974,332	616,724	3,247,987	2,495,612	648,712	1,371,890	198,759		
7	976,316	613,422	3,227,988	2,486,818	645,594	1,370,332	198,254		
8 P	979,980	616,613	3,247,046	2,481,037	645,164	1,374,288	198,843		
前 年 同 月 比 増 減 率	2013. 3	1.7	3.7	3.6	3.4	0.6	1.9	2.8	
	2014. 3	2.0	0.5	3.0	3.3	2.5	2.5	2.2	
	2015. 3	2.4	4.5	4.3	3.2	2.9	3.0	2.9	

	2015. 8	2.2	3.4	5.6	3.0	1.8	2.7	2.1	
	9	2.3	3.9	4.0	3.1	2.0	2.7	2.0	
	10	2.5	3.9	4.4	3.5	2.2	2.8	2.0	
	11	2.1	2.4	4.2	2.6	1.4	2.3	1.7	
	12	2.3	2.4	2.8	2.6	1.7	2.3	1.7	
	2016. 1	2.3	2.6	3.4	2.5	1.9	2.3	1.8	
	2	2.3	2.7	5.8	1.9	1.2	2.1	1.6	
	3	2.4	2.8	5.5	2.1	1.5	2.1	1.8	
4	2.5	3.1	7.1	2.4	2.0	2.3	2.0		
5	2.3	3.4	7.1	2.0	1.4	2.1	1.9		
6	2.1	3.7	6.4	1.9	1.3	2.0	2.0		
7	2.5	3.0	6.3	2.7	1.8	2.4	2.0		
8 P	2.4	2.9	7.2	2.2	1.7	2.2	2.1		

(注) 1 農協、信農連は農林中央金庫、信用金庫は信金中央金庫調べ、信用組合は全国信用組合中央協会、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）。

4 ゆうちょ銀行の貯金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

10. 金融機関別貸出金残高

(単位 億円, %)

		農 協	信 農 連	都市銀行	地方銀行	第二地方銀行	信用金庫	信用組合	
残	2013. 3	215,438	54,086	1,768,869	1,665,845	448,507	636,876	95,740	
	2014. 3	213,500	52,736	1,812,210	1,716,277	457,693	644,792	97,684	
	2015. 3	209,971	52,083	1,829,432	1,783,053	470,511	658,016	100,052	
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>								
	高	2015. 8	209,914	51,206	1,828,012	1,792,171	470,200	658,260	100,281
		9	208,977	50,710	1,840,044	1,804,486	476,688	665,344	101,177
		10	208,675	51,753	1,830,203	1,804,201	474,256	664,389	101,154
		11	208,212	51,741	1,844,344	1,809,121	474,502	663,533	101,088
		12	207,026	52,180	1,850,789	1,831,849	482,408	671,983	102,170
		2016. 1	206,725	51,817	1,848,781	1,829,384	479,679	668,944	101,861
		2	206,736	51,596	1,837,116	1,824,780	478,364	666,809	101,904
		3	206,362	51,472	1,853,179	1,846,204	487,054	673,202	102,887
4		205,802	50,243	1,816,778	1,841,310	482,331	670,225	102,446	
5		205,953	49,778	1,816,351	1,844,351	481,966	669,311	102,382	
6		205,934	49,611	1,829,770	1,848,121	485,370	671,924	102,534	
7		206,126	49,756	1,816,742	1,859,532	486,625	675,311	103,079	
8 P		205,959	50,188	1,816,087	1,862,743	486,135	674,517	103,278	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>									
前		2013. 3	△2.0	1.2	1.6	3.3	0.9	△0.2	1.0
		2014. 3	△0.9	△2.5	2.5	3.0	2.0	1.2	2.0
	2015. 3	△1.7	△1.2	1.0	3.9	2.8	2.1	2.4	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>									
同 月 比 増 減 率	2015. 8	△1.4	△1.4	2.7	3.6	3.1	2.1	2.4	
	9	△1.3	△1.4	2.3	3.7	3.2	2.4	2.6	
	10	△1.4	△1.8	2.0	3.9	3.5	2.7	2.6	
	11	△1.6	△1.1	2.2	3.6	2.9	2.2	2.3	
	12	△1.6	△0.9	1.9	3.6	3.2	2.5	2.6	
	2016. 1	△1.6	△1.1	2.5	3.7	3.4	2.6	2.5	
	2	△1.6	△1.5	1.8	3.1	3.1	2.2	2.4	
	3	△1.7	△1.2	1.3	3.5	3.5	2.3	2.8	
	4	△1.6	△1.7	0.7	3.9	3.7	2.6	3.0	
	5	△2.0	△2.9	0.4	3.6	3.1	2.1	2.7	
	6	△1.9	△2.8	0.3	3.6	3.1	2.4	2.8	
	7	△1.8	△2.4	△0.7	3.9	3.4	2.7	3.0	
	8 P	△1.9	△2.0	△0.7	3.9	3.4	2.5	3.0	

(注) 1 表9 (注) に同じ。
 2 貸出金には金融機関貸付金を含まない。また農協は共済貸付金・公庫貸付金を含まない。
 3 ゆうちょ銀行の貸出金残高は、月次数値の公表が行われなくなったため、掲載をとりやめた。

ホームページ「東日本大震災アーカイブズ（現在進行形）」のお知らせ

農中総研では、全中・全漁連・全森連と連携し、東日本大震災からの復旧・復興に農林漁業協同組合（農協・漁協・森林組合）が各地域においてどのように取り組んでいるかの情報を、過去・現在・未来にわたって記録し集積し続けるために、ホームページ「農林漁業協同組合の復興への取り組み記録～東日本大震災アーカイブズ（現在進行形）～」を2012年3月に開設しました。

東日本大震災は、過去の大災害と比べ、①東北から関東にかけて約600kmにおよぶ太平洋沿岸の各市町村が地震被害に加え大津波の来襲による壊滅的な被害を受けたこと、②さらに福島原発事故による原子力災害が原発近隣地区への深刻な影響をはじめ、広範囲に被害をもたらしていること、に際立った特徴があります。それゆえ、阪神・淡路大震災で復興に10年以上を費やしたことを鑑みても、さらにそれ以上の長期にわたる復興の取り組みが必要になることが予想されます。

被災地ごとに被害の実態は異なり、それぞれの地域の実態に合わせた地域ごとの取り組みがあります。また、福島原発事故による被害の複雑性は、復興の形態をより多様なものにしています。

こうした状況を踏まえ、本ホームページにおいて、地域ごとの復興への農林漁業協同組合の取り組みと全国からの支援活動を記録し集積することにより、その記録を将来に残すと同時に、情報の共有化を図ることで、復興の取り組みに少しでも貢献できれば幸いです。

(2016年10月20日現在、掲載情報タイトル3,348件)

- 農中総研では、農林漁業協同組合（農協・漁協・森林組合）の広報誌やホームページ等に公開されている、東日本大震災に関する情報を受け付けております。
冊子の保存期限の到来、ホームページの更改や公開データ保存容量等、何らかの理由で処分を検討されている情報がありましたら、ご相談ください。

The screenshot shows the homepage of the website. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area features a large heading and a brief introduction. Below this, there are four main categories: '被災状況' (Disaster Status), '支援活動' (Support Activities), '復旧・復興への取り組み' (Recovery and Revival Efforts), and '原発関連' (Nuclear Power Related). The bottom of the page includes a footer with contact information and social media links.

URL : <http://www.quake-coop-japan.org/>

本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

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



農林金融

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

2016年11月号第69巻第11号〈通巻849号〉11月1日発行

編集

株式会社 農林中金総合研究所 / 〒101-0047 東京都千代田区内神田1-1-12 代表TEL 03-3233-7700

編集TEL 03-3233-7695 FAX 03-3233-7791

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

発行

農林中央金庫 / 〒100-8420 東京都千代田区有楽町1-13-2

印刷所

永井印刷工業株式会社