

調査と情報

2006. 7

巻頭言

エネルギー安全保障と食料安全保障..... 1

寄稿

ビジョンとパラダイム..... 2

岡山大学大学院 教授 小松泰信

調査研究

林業危機下における森林の集団的管理に対する
組合員の意識

17年度森林組合員アンケート結果から 4

これからの水産物流通を考える.....10

農協の中期的課題

経営改善の手を打ちつつ集落営農組織化にも
注力するJA岩手ふるさと.....18

研究の視点

協同組合の存在意義 農協を中心に22

ぶっくレビュー

『農村をめざす人々 ライフスタイルの転換と
田舎暮らし』.....24

統計の眼

晩婚化・晩産化による少子化の進展.....25

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。

エネルギー安全保障と食料安全保障

石油を中心とするエネルギー資源を巡る国際的な議論が再燃している。中国・インドの経済成長に伴うエネルギー需要の増大、中東情勢等により原油価格が高騰しており、中東、中央アジア、アフリカにおいて資源の国際的争奪戦が激しくなっている。米国がイラクへの侵攻を行い現在もイラクにこだわり続けている背景には中東の石油資源があるが、最近ではそれがイランにも飛び火しつつある。また、中国とロシアは、中央アジア（特にカザフスタン）の石油・天然ガス資源を確保するため、上海協力機構の枠組みによって、この地域に基地を置いている米国と対抗関係にある。

一方、日本では、米軍再編に伴う日本の負担問題や沖縄の基地を巡る動きが急展開している。また、「防衛庁」を「防衛省」に昇格する検討が行われており、憲法改正論議の中で「自衛隊」を「自衛軍」に改称する案さえも出ている。この問題は、戦後の日本の安全保障体制や対米関係、あるいはアジアとの関係をどう考え、どう再構築するかという非常に重大な問題であり、国民としてこうした動きを注視していく必要がある。そして、軍事力で問題を解決しようとして泥沼の状態に至った過去の過ちを繰り返してはならないことを再確認すべきであろう。

防衛力（軍事力）で安全保障が確保できると考えるのは視野が狭すぎ、安全保障の問題は総合的に考える必要がある。国連では、A. K. セン等によって、従来の国家中心の軍事的な安全保障に代えて、人々の紛争からの保護、水・食料の確保、衛生改善、貧困対策、環境保全等の「人間の安全保障（Human Security）」が提唱されているが、日本における昨今の安全保障論議は、必ずしもこうした論議・研究を十分ふまえたものにはなっていないようである。

こうしたなかで、改めて食料安全保障についても再確認しておく必要がある。日本の米国への「従属」的關係の背景として、エネルギー資源を過度に中東に依存しているということがあるが、食料も同様であり、食料の多くを米国に依存していることが日本外交の主体性、交渉力を弱めている。既に米国では、将来の石油資源枯渇に備え、トウモロコシや大豆からエタノール等を生産しバイオマスエネルギーとして利用しようとする取組みが進められている。また、中国では、近年、所得向上に伴う植物油の消費量増大によって米国からの大豆輸入が急増しているが、今後、畜産の発達に伴って飼料用トウモロコシの輸入も増加する可能性がある。日本としては、こうしたエネルギー、食料を巡る国際環境の変化を踏まえ、日本の食料をどう安定的に確保するかを検討しておく必要があり、不測の事態に備えるため、国際的な情報収集を行うとともに、国内で生産可能な食料はできる限り国内農業によって供給できるような体制を構築しておく必要がある。WTO農業交渉が最終局面を迎えつつあるが、日本の食料安全保障にとって譲れない一線はあり、今後も日本の主張を堂々と貫いて粘り強い交渉を続けていく必要がある。

（主任研究員 清水徹朗）

ビジョンとパラダイム

岡山大学大学院 教授 小松 泰 信



1 牛井吉野家復活劇の教え

6月1日のNHK「おはよう日本」では、吉野家の復活が取り上げられていた。米国産牛肉輸入禁止措置を受けての牛井の一時販売休止は、吉野家にとって危急存亡の秋であった。復活のポイントは、豚井の成功である。2004年3月にお目見えした豚井には、豚臭を消すためにゴボウが使われた。しかし、顧客の評価が芳しくないことに加えて、提供する側においても、味を均一にするうえでやや難があった。当然、改良改善が迫られる。1年半にも及ぶ研究の結果、豚臭が消せるタレの開発に成功し、05年10月「新味豚井」のデビューとなった。注目すべきは、従来の豚井より10円高い330円という価格設定である。「うまい、やすい、はやい」をコンセプトとする老舗にとっては、苦渋の決断であった。ところが、社内の心配をよそに、この10円アップは顧客にきわめて好意的に迎えられた。「あの吉野家が、10円上げるということは、それなりの理由があるはず」「よそなら10円の値上げでは済まないだろう。きっと価格以上の値打ちがあるはず」などに代表される顧客の声は、その納得度の高さを物語っている。10円の値上げは、増収はもとより、それ以上の財産を吉野家にもたらした。復活にふさわしい、象徴的な出来事である。顧客がよせる信頼、それに応えようと背水の陣でメニュー開発に臨む役職員。復活すべくしての復活といえよう。

2 ビジョンづくりがJA改革の鍵

「あのJAが価格・手数料を10円上げるのには理由がある。きっとそれ以上の値打ちがあるはず」といった感動的な言葉が、組合員から発せられる日を一日も早く迎えるために、JAグループは何をすべきであろうか。

「役員選出のあり方等の見直し」「経済事業改革の徹底と全農『新生プラン』の実践」「信用事業における複数の事業方式の提示と選択」「合併推進にかかる方針の見直し」といった、意味深長な提案が記されているJA全国大会組織協議案からは、これまでにはない関係者の危機感が伝わってくる。

しかしこの組織のDNAが、右顧左眊しながらの弥縫策集的な印象も強く、吉野家にみた経営パラダイム（思想枠組み）の転換を提起するまでには至っていない。もどかしさに、歯ざしりする関係者も少なくないだろう。

しかし、『JAごとにビジョンを策定し、JAは地域に合った多様な発展を目指します』という提案からは、改革の契機となる可能性がうかがえる。組合員、役員、職員が、正面から向き合って、JA像を納得づくで描き、その実現に向けていかなる手段・方法によって運営していくのかを検討し、具体的な目的地と道筋を紙に落とし込み、一同が共有するところからしか、改革はもとより、改善や改良もはじまらない。ただし、前述の意味深長な提案をしっかりと受け止め、それへの対応策を検討し、その結果を織り込むことを忘れるべきではない。

3 JA版三位一体改革とその阻害要因

このように三者が協働でつくりあげたビジョンこそ、JAにおける三位一体的改革の皮切りであり、象徴である。だからこそ、自分たちが主体となって創りあげるべきである。中央会や連合会にできることは、口出しをしないこと。協議案にはJAだけが作成すべきかのように書かれているが、中央会と連合会こそ率先して、自らのビジョンを創りあげねばならない。よそ様のビジョンづくりに口を出す余裕はないはず。自分たちの進むべき道は、自己責任で見いだすべし。JA段階では、組合員、役員、職員が一体的に検討することで、JAとして出来ることと出来ないことが鮮明化する。その出来ない部分を、どのような組織や事業体に求めるべきかという課題が浮かび上がってくる。

他方、中央会や連合会は、JAの将来的あり方を展望し、いかなる機能が求められ、それを提供できる組織になるためには、どのような道筋や経営努力が必要か、それらを明示したビジョンを創らねばならない。

両者のビジョンの整合性や調整は、それぞれの完成品をぶつけ合う過程でしか生まれない。最初に整合性や調整を考慮することが、このグループを主体性の欠如した組織の集合体に行っている。

しかし残念ながら、それを許さないお節介、お為ごかしの組織風土が見え隠れする。例えば、日本農業新聞で連載されている『組織協議案の要点』（6月7日）には、「農産物価格が低迷する中で経営者任せにしては、経営不安や組織の崩壊につながりかねない」ので、育成した担い手の経営を軌道に乗せる支援の強化も欠かせない、という考えが紹介されている。担い手、まして経営者は作ろうと思っ

て作れるものではない。農水省の強い意向を受け、形だけでも突貫工事で作り上げ、後はつぶれないように支援しましょう、ということである。いつまで経っても支援の種は尽きず、産業としての農業の基盤は脆弱なままである。JAに対しても、いつまで経っても支援が必要な自立できない組織、という程度の認識であろう。「現代版生かさず殺さず」状態から脱却したければ、自立かつ自律の運営を基本姿勢とするビジョンが不可欠である。

4 パラダイム転換への期待

組合員、役員、職員の信頼関係を基盤に、自立かつ自律の運営を旨とするJAのビジョンは、「私たちは変わります。ところであなた方は変われますか？」という冷徹なメッセージを中央会・連合会に突きつける。それは、中央会・連合会の企業形態についての問いかけを含んでおり、グループ全体にパラダイム転換を迫ることもある。

JAが必要としているのは、組合員に納得される財・サービスの提供が可能な、ベスト・パートナーと呼びうる事業体である。協同組合であることを絶対的な条件とはしていない。象徴的な例をあげれば、すでに全農ホールディングスとさえ揶揄されている組織の再生策は、今の企業形態で本当に可能なんですか、株式会社化という道を進んだ方が明快でいいんじゃないですか、ということである。もちろん、農林中金も全共連もそして全中も例外ではない。そのような検討を避けてきたから、組織の構造改革は進まず、弥縫策の連続なのである。

沈み行く船の甲板を磨くような話し合いは、今JA全国大会で終わりにすべきである。

林業危機下における森林の集団的管理に対する組合員の意識

17年度森林組合員アンケート結果から

1 はじめに

当総研では平成17年度に森林組合員に対するアンケートを実施した。これは14、15、16年度に続く第4回目のアンケート調査である。

昨年度のアンケートは、「森林組合員の森林・林業経営の実態・意識」と「組合員の森林組合の組織・事業に対するニーズ・意識」の2点に焦点を当てた。本年度はその結果を踏まえたうえで、「組合員の森林の集団的管理に対する意識」の調査を目的として実施した。

本稿はこの17年度アンケートの概要を紹介するものである。

2 アンケートの概要

(1) 対象・方法

a 対象

過去の3回と同様3組合を選定した。北から南まで特色があり、比較的盛んに林業がいとなまれている林業地を対象とした。

選定した組合は、A森林組合(三重県、耕地が比較的多い中山間地域)、B森林組合(愛媛県、3地域の中では一番耕地の少ない中山間地域)、C森林組合(山形県、比較的耕地の広い農業地域)の3組合である。

b 方法

3組合とも、森林組合からアンケートを郵送し、返信用封筒により直接当総研へ回収する方法をとった。1組合300部計900部のアンケートを配布し、3組合合計で530部を回収した。回収率58.9%となり、郵送による方法としてはかなり高い回収率である。

(2) 結果の概要

a 回答者の属性

回答者の平均保有人工林面積は30.6haであり、全国平均の5.6haに比べかなり大規模な森林所有者である。平均30.6haの森林を所有するアンケート対象林家層と言え、従来から統計的にも最も林業経営によく取り組んでいる林家らしい中核林家であることを念頭に置いておく必要がある。

また回答者の年齢構成は、70歳代以上48.0%、60歳代30.2%、40～59歳21.0%、20～39歳0.8%となっている。結果として、過去4回のアンケートの中でも地域的特色として70歳代以上が比較的多くなっている。

b 本アンケート結果の概要

組合員は多くの世帯において、もはや林業経営を続けていくことは経営的に困難との結論に至っているように見え、施業放棄による森林の荒廃もいたしかたないと考えているように見える。特に年齢別には40歳から59歳の、家計費が多く必要でありまた働き盛りと言われる世代においてその傾向が強く出ている。林業経営意欲を顕著に減退させている。

また、従来の林家による個人林業経営に限界を感じ何らかの形で「森林の集団的管理」の必要性を強く感じさせる回答となっている。林業経営の危機的状況はわが国における個人林業経営存続の可否を問うところまで来ていると言わざるを得ない。

さらに組合員は、このような林業経営の危機に対して森林組合系統組織も行政的的確な対策を講じ得てない、と感じているように思

われる。

3 アンケートの結果

(1) 荒廃林の存在

a 荒廃林の割合

「所有山林のうち荒廃している山林の割合」をたずねると、「ない」が一番多く、34.5%あり、その次は、「2割前後」14.5%、「1割前後」13.1%、「5～7割」の10.3%、「3～4割」9.9%、「全部」8.9%、「8～9割」4.4%、「わからない」4.4%となっている。荒廃林率5割から10割の世帯は全世帯の23.6%にのぼり、これらの数値から、概算で平均荒廃率の近似値を出すと全所有林面積のうち約27.7%が荒廃林という結果となる。

b 地元で荒廃林が存在することに対する意見

荒廃林一般の問題ではなく、より身近な問題として「地元森林の荒廃についてどう思うか」をたずねたところ次のようであった。「森林所有者が何とかしなければと思う」という責任感の強い林家は第4位の14.8%であり、1位は「国や自治体など行政がなんとかするべきだと思う」の29.1%であり、2位は「林業の採算が合わないのだからしかたないと思う」で26.9%、第3位が「地域住民・行政等を含む社会全体でなんとかするべきだと思う」が25.9%である。「地域や行政が森林管理をすべきだ」、「自分たち林家が森林を管理するのはもう無理だ」という趣旨の回答が目立つ。現在まで山林管理・林業経営を支えてきた高齢者層が一層高齢化し、もはや山を守れなくなった結果と推測される。

(2) 森林組合員の森林・林業経営にかかる意識

a 林業を営んでいることの意識

(a) 全般的に

次に、「林業経営のやり方（現在、林業を営んでいることの意識）」をたずねてみた。「林業経営は行っていない（山林は放置している）」25.3%と「林業は最小限にとどめている」30.3%で過半数の55.6%を占めている。次いで「林業経営はほどほどに行っている」23.8%、「林業経営にはある程度力を入れている」18.0%、「その他」2.6%となっている。また組合ごとの差異も大きく、B組合では「林業経営は行っていない（山林は放置している）」44.8%「林業は最小限にとどめている」29.0%と両方で73.8%の多くを占めている。明らかに、林業をもはや自分の職業としてあまり考えてない様子が浮かぶ。

(b) 所有森林面積別に

「現在、林業を営んでいることの意識」を所有森林面積別にクロス集計すると次のとおりになる。「林業経営はおこなっていない」は1ha未満層で52.2%、1～5ha層で30.4%と小規模保有層で数値が高い。また、「林業経営にはある程度力を入れている」は5ha以上層で平均以上の数値となる。やはり小規模所有者では林業を営んでいるという意識が薄いことを窺わせる結果となっている。

(c) 経営世帯の年齢別に

「現在、林業を営んでいることの意識」を世帯年齢別にクロス集計すると次のとおりとなる。「40～59歳」では「林業経営は、行っていない（山林は放置している）」31.6%と「林業経営は、最小限にとどめている」37.8%の「林業経営に対して否定的な意見」が計

69.4%と高くなっている。同数字は60～64歳でも計63.2%となり全年齢層平均の55.6%より大きい。

一方、「65歳～69歳」あるいは「70歳以上」層での「林業経営意欲」は平均以上となっている。結論として、「林業経営に対する肯定的あるいは否定的な態度の差」は概ね65歳を境界にして、若年層は否定的、高齢層は肯定的に見える。しかし、「肯定的」な高齢層はまもなく、リタイヤせざるを得ないという現実を森林・林業関係者や行政だけではなく地域社会、都市住民も重く受け止める必要がある。

(3) 森林の適正管理について

a 全般的に

森林の適正管理については、肯定的意見である「できている」9.7%と「概ねできている」26.1%の合計が35.8%であるのに対し、否定的意見である「できていない」28.9%と「すこししかできていない」25.7%の合計は54.6%となり、否定的意見の方がかなり多い。

b 森林の手入れ状況別

「山林の手入れ状況」でクロス集計すると、当然のことながら、事実として、「手入れの

頻度」と「森林管理のでき」には、階段状の因果関係の強い「相関性」が見られる。

もっと言えば、手入れをしている世帯は確かに一定の割合存在し、そういう世帯の所有山林は適正な管理ができています。段階的に色々な世帯の層があるのである。当然のことながら、決して様々な世帯が一律の管理状況であるわけではない。

c 林業を営んでいることの意識別

「森林の適正管理」が「できている」「概ねできている」は「林業経営に力をいれている世帯」ほど多く、逆に「できていない」「わからない」は「林業経営に力をいれている世帯」ほど少ない。相関関係がはっきり出ている。

d 世帯年齢別

年齢別でクロス集計すると、「できている」は65歳以上層で平均以上の数値となる。また「概ねできている」は60歳以上で平均以上の数値となる。結果として、「できている」「概ねできている」は年齢が上がるにしたがって概ね多くなっている。「できていない」は40～59歳の若年層で明らかに多い。

第1表 適正管理ができる林業経営実施のための方法

(単位 %)

回答世帯数	木材の生産面に着目し、森林組合のもとで集団的な林地施業・管理等を行うのからしない林業を実現する	木材の販売面に着目し、森林組合などに結集し住宅等国内産材の需要拡大をはかりもつと有利な木材販売を行う	木材の販売面に着目し、森林組合などに結集し住宅等国内産材の需要拡大をはかりもつと有利な木材販売を行う	新しい技術の開発などで新素材や新エネルギーとしての木材の新しい使い道などを開拓し、木材の需要拡大・利用拡大をはかる	新しい社会的事業体に委託する	所有権は個人の森林所有者が持ったまま経営はすべて森林組合または何らかの新しい社会的事業体に委託する	森林所有者個人の所有権も手放して何らかの新しい社会的事業体に売却する	わからない	その他
合計	478	48.7	54.2	53.8	26.6	7.9	7.7	2.1	
A組合	175	46.9	57.1	55.4	28.6	9.1	5.7	1.1	
B組合	139	62.6	49.6	48.2	37.4	10.1	7.9	2.9	
C組合	164	39.0	54.9	56.7	15.2	4.9	9.8	2.4	

(4) 森林の集団的管理

a 適正管理ができるための林業経営実施のための方法

「適正管理ができる林業経営実施のための方法」を複数回答でたずねたところ第1表のとおりとなった。第1位は「木材の販売面に着目するもの」で54.2%、第2位は「新しい技術による木材の需要拡大」で53.8%、第3位は「木材の生産面に着目するもの」で48.7%であった。この3回答は「木材の生産・需給・価格」に関するもので、言わば従来の考え方の延長線上にあるものであるが、「革新的な所有・経営形態の要望」ともいえるような回答にも多くの同意があった。例えば、「所有権は個人の森林所有者が持ったまま経営はすべて森林組合または何らかの新しい社会的事業体に委託する」には26.6%の、さらに「森林所有者個人の所有権も手放して何らかの新しい社会的事業体に売却する」にも7.9%の林家が賛成している。個人経営的な行き詰まりを強く意識している林家層がかなり存在することを窺わせる内容と言えよう。

b 森林の集団的管理の方法

「森林の適正管理」ができていくかどうかの問いで、「できていない」「少ししかできていない」「わからない」「その他」と否定的あるいは不明等の回答（「できている」「概ねできている」の肯定的回答以外）をした297世帯に「適正管理ができない場合の新たな管理方法」をたずねたところ、第2表のようであった。

「森林組合に施業・管理等を長期にわたって任せる」35.7%、「森林組合や林業公社や行政など公的 성격の強い機関と長期の分収契約を結ぶ」19.2%、「国や県・市などの公的な行

政機関や社会的集団的事業体を新たに設置し、そういう団体などに最低限の値段で買い取ってもらう（所有権を移す）」12.8%となっており、何らかの形での「森林の集団的管理」の必要性を強く感じさせる回答となっている。

c 森林組合に施業管理を任せる期間

第2表「適正管理ができない場合の新たな管理方法」で「森林組合への長期施業委託」を選択した104世帯に「森林組合に施業管理をまかせる期間」を具体的にたずねると、「10年以上20年未満」の回答が一番多く34.6%、以下「5年以上10年未満」25.0%、「20年以上30年未満」も14.4%もあり、長期の回答が目立つ。従来の「長期施業委託」が一般的に5年程度を考えていたことからすると、林家の考える期間は随分と長くなったと言える。ここにも「森林の集団的管理」によせる期待が現れていると見られる。

d 分収契約取り分の割合

第2表「適正管理ができない場合の新たな管理方法」で「森林組合等との分収契約」を選択した54世帯（19.2%）に、「所有権見合いのみの取り分の希望」をたずねた結果次のようになった。

一番多い回答は「約4割～5割」の50%、2位が「約3割」の14.8%、次が「6割以上」の11.1%となっている。林業がまだ収益がある産業だった頃から分収割合は所有権側が5割前後であったので、現在の経営困難となった林業でも、いざ分収となるとかなりの所有者が、比較的多くの取り分を望んでいると言える。

このことは所有者側の意識が「森林の集団的管理」によらなければ、林業経営・森林管理ができないとは思いますが、所有権に対する報

第2表 適正管理ができない場合の新たな管理方法

(単位 %)

	回答世帯数	森林組合に施業・管理等を長期にわたって任せる	機関と長期の分収契約を結ぶ	森林組合や林業公社や行政など公的・性格の強い	国や県・市などの公的・行政機関や社会的・集团的な事業体を新たに設置し、そういう団体などに最低限の値段で買い取ってもらう(所有権を移す)	わからない	その他
合計	297	35.7	19.2	12.8	27.3	5.1	
A組合	92	40.2	18.5	16.3	19.6	5.4	
B組合	105	40.0	14.3	16.2	26.7	2.9	
C組合	100	27.0	25.0	6.0	35.0	7.0	

酬はそれなりに欲しいという、意識における二面性を有していることを示している。

e 最低売却価格

第2表「適正管理ができない場合の新たな管理方法」で「国や県・市などの公的・行政機関や社会的・集团的な事業体を新たに設置し、そういう団体などに最低限の値段で買い取ってもらう(所有権を移す)」と回答した35世帯(12.8%)に「スギ30年生としてhaあたりの最低売却価格」をたずねたところ次のようであった。前述のとおり「私的経営困難という理由で行政に最低価格で売却する(引き取ってもらう)場合の金額」と明示した上での回答である。サンプル数が35世帯と少なく参考程度の結果と考えられるが、「わからない」が一番多く34.3%(12世帯)、「50万円超え約100万円まで」が第2位で25.7%(9世帯)、第3位は「100万円超え約200万円まで」で22.9%(8世帯)となっており、50万円未満は17.2%(6世帯)である。

一方、林野庁の資料によりスギ30年生の山元の木材代金を算出するとhaあたり約1,000千円となり、林地は平成16年の売買事例の全

国平均がhaあたり約600千円であるので、立木と足し合わせると、山林価格はhaあたり約1,600千円となる。これは通常に手入れされた山林で、通常の売り手、買い手があって売買が成立した場合の価格である。

森林の場所や手入れ状況にもよるがアンケートの設問条件を考慮すると

なかなか高額な価格を希望していると考えられる。経営が困難だからといって、かなりの低価格で公的に行政に売却する(引き取ってもらう)用意はまだできていないと見られる。所有しているのだから当然とはいえるのだが、一方では「林業経営は経済性からは成り立たず、かといって手入れしなければ山林が荒廃するため、むしろ所有していることが負担だ」といった最近よく聞こえてくる考え方だけでは説明しきれない状況があることも事実である。手放すとなると、「全く安価な価格での公的買収」というところまでは、現段階では林家の考え方は至っていない。「森林を所有していることは管理面では負担だし、むしろマイナスの資産とも思える」という主張がある一方、「例え行政に対してでさえ所有権を低価格で手放すことにはまだ抵抗がある」という、前述の「意識における二面性」を有していることを示している。

4 おわりに

(1) 組合員の現状

以上のアンケート調査の結果から一般的に

言って、組合員が林業経営を続けていく経済的条件は失われ、組合員自身も続けていく意欲と意思を無くしかけていることがわかった。しかし、一方で、組合員は一様ではなく、今ならまだ意欲と意思をもっている層も存在していることもわかった。だが、その組合員もますます高齢化しており、自身での個人的経営に限界を感じつつあり、森林組合への長期的施業委託や、その他の社会的管理の仕組みを比較的安価に利用できる機会を期待している姿も窺われる。

(2) むすび

日本の森林面積は2,500万haであり国土の約67%を占め、そのうち手入れが必要とされる人工林は1,000万haある。最近までは、手入れの必要な部分を「林業」という形で、林家の労働に依存し、また林家も「林業」を「職業」として「収入を得る営み」として行ってきた。しかし、いまやほとんどの林家にとって「林業」は「収入を得る営み」ではあり得なくなっている。「林業」という「職業」としては森林保全ができないのである。しかし、環境としての森林は国土保全上どうしても守る必要がある。では、いかなる方法で森林を守るか。

日本国民として、国家・社会として、なんらかの智恵を出さなければならない。コストの低い林業を一部の条件のよい林業適地で営み、大部分を占める条件の悪い急峻な山林などは、なるべく低コストで自然林に帰すのも一つの方法かもしれない。しかし、それでは森林の生産力・成長量は低下する。木材は貴重な資源である。わが国は現在のところ、その大きな経済力で木材を大量に輸入できてい

るが、例えば最近の中国のように木材の需要が高まり、できるかぎり大量に輸入・確保しようとしている国家もある。いつまでも大量輸入が可能とは限らない。

一方、木材は世界的には持続的再生産が可能な貴重で高級な生物資源である。健全な森林が存在することの経済効果も数十兆円あると言われている(注)。また、わが国は森林蓄積量が約40億立方メートルもあり、大部分は林業経営の困難な高コスト地域での成長量とは言え、年間の森林成長量も概ね7,000万立方メートルと年間需要量約9,000万立方メートルのおよそ80%を成長量のみで自給できる恵まれた森林国なのである。この森林を大切にし、水資源をはじめとする環境資源や生物資源の健全確保が最重要となる世紀であることがもはや明確となった21世紀において、次世代の子供達に伝えなければならないのではないか。

森林を守っていく方法の選択肢の一つとして、本アンケートで試みたように、森林所有者のニーズを探りながら、何らかの方法での「森林の集団的管理」の方策も考えてみるべき時に来ていると思われる。

(注 日本学術会議「地球環境・人間生活にかかわる農業及び森林の多面的な機能の評価について(答申) 平成13年」

(秋山孝臣)

これからの水産物流通を考える

1 はじめに

我が国の水産業は需要の低迷や魚価下落により、生産から流通・加工まで長期にわたって厳しい状況下におかれている。以下、漁協系統の販売事業も念頭におきながら、水産物流通の現状と今後のあり方を、複数の観点より考察してみたい。

2 消費動向の変化と水産物流通の多様化

(1) 水産物と食品をめぐる消費動向

食品や水産物の消費は1980年頃から「飽食の時代」となり、その後バブル期を経て成熟段階を迎えるとともに、その後デフレ経済の影響を強く受けた「食」生活様式の多様化の中で大きく変化した。BSE発生直後に魚食回帰が一時的に見られたものの、水産物の国内生産は、量的にも金額で見ても1990年台後半以降、一貫して減少している。これまで魚介類の堅調な消費を支えたのが「主食・主菜・副菜・一汁」型の伝統的メニューだったが、今日ではこれが解体し始めている。多くの小売店舗で水産物部門の売上が、数年にわたり対前年比1割減となる不振が続いている。

特に内食における魚介類の落ち込みが大きい。「食」の簡便化・即食化・個(孤)食化や、内食から外食・中食への「食のアウトソーシング」が進み、内食においても簡便化や即食化の傾向が強くなっている。魚介類の場合には、魚を焼く煙や内臓・骨・頭等がゴミ処理や残飯処分のめんどろ等を理由に嫌われ、持ち帰っても簡単な処理ですぐに食べられる「包丁レス」商品・調理済商品・冷凍食品・レトルト食品等が好まれる。また大量供給・統一規

格型の商品から、個性の豊かな少量多品種の商品へと消費選択が広がり、その結果、商品寿命の短命化と頻度の高い新商品開発・スクラップ化が見られるようになった。

そうした中で、消費者の低価格指向は依然根強いが、他方では高品質高付加価値商品指向との両極分化現象も現れ始めている。「納得のいく商品なら、それなりに支払ってもよい」という消費者の行動が、長く続いた「価格破壊」後の特徴として注目に値する。

一方、食生活や消費動向の変化の中で、水産物は販売方法や商品性、マーケティング等について、競合関係にある畜肉類にセリ負けしており、水産物本来の特性や価格設定によって嫌われているというよりも、消費者や市場の変化に対する対応の遅れという面が目立っているようにも思われる。

水産物消費をめぐる動向分析については、秋谷重男埼玉大学経済短期大学部名誉教授が総務庁統計局の「家計調査年報(2人以上の世帯)」の年齢階層別の魚消費の時系列変化に着目し、非常に興味深い分析をされている(注1及び第1表：*をたどってみると若齢層と高齢層のそれぞれの「加齢効果」が観察できる：筆者)。すなわち、魚の内食・外食・持ち帰り食の如何に関わらず、我が国には世帯主年齢階層で区分して、およそ40~49歳台を境に、それ以上の高齢層は比較的多く魚を消費し、かつ年齢が上がるにつれて魚消費が増えるが(「加齢効果」が大きい)それ以下の世代では魚消費が比較的少なく「加齢効果」も小さい。従って今後の魚消費の動向を予測した場合、人口の多い団塊の世代が60歳台(07

第1表 1979～1999年の世帯主年齢階層別の世帯員1人当たり生鮮魚介類購入量

(単位: g)

世帯主年齢	1979年	1984年	1989年	1994年	1999年
平均	14,567	14,379	13,576	13,696	13,366
～24歳	* 8,837	9,497	6,483	5,224	5,002
25～29	12,159	* 9,254	7,939	6,933	5,780
30～34	12,304	10,835	* 8,766	8,021	6,761
35～39	13,256	12,000	10,018	* 8,707	7,474
40～44	* 13,651	13,291	11,759	10,893	* 9,230
45～49	14,522	* 14,906	14,429	13,721	11,936
50～54	17,264	16,231	* 16,266	16,828	14,696
55～59	18,308	18,419	17,075	* 18,051	17,602
60～64	19,446	19,617	18,648	18,998	* 19,540
65歳～	18,197	18,327	17,815	18,731	19,519

出典：秋谷重男「日本人は魚を食べているか」『漁協経営05/04～06/03』漁協経営センター出版部より
 (*をたどってみると若年齢層と高齢層のそれぞれの「加齢効果」が観察できる：筆者)

年以降10年間)にいる間は魚消費が大きく落ち込むことは考えにくい、それ以降については人口減とあいまって、魚消費の急減の可能性が否定できないとされている。

(注1) 秋谷重男「日本人は魚を食べているか」『漁業と漁協05/04～06/03』漁協経営センター出版部より。なお同論文で秋谷氏は、上記で紹介した以外にも、我が国の魚の消費動向について多くの興味深い観察や分析等をされている。

(2) 食をめぐる「破壊」

今日の「食」をめぐる環境変化には、次のような懸念されるネガティブな面も否定できない。第一に、価格下落の行き過ぎ＝いわゆる「価格破壊」がもたらす「食」の質の破壊、ひいてはそれを提供するサプライチェーンの破壊である。価格引下競争は、90年代の半ばに、円高やデフレと流通や外食業界内の激しい競争下で、大手量販店や一部の外食業者の主導で開始された。当初は価格引下の原資を、業務の改善・合理化や生産にまで遡っての効率的供給体制の構築(＝いわゆる開発輸入等)によって捻出し、食品の質はそのままに価格だけを引下げるとされていた。しかし価格引

下げのねらいは、下げた分を売上で取り戻して利益の拡大を図ることにあり、低成長・デフレ経済の下では市場全体の需要増は期待できないため、おのずと競争は他社の売上を奪う熾烈なものとなった。価格引下競争が広範化・長期化するにつれ、業務の合理化や効率化にも限度があるため、やがて生産者や卸売業者等の仕入れ先に対する買いたたきとなり、それに伴い品質の低下やサプライチェーン全体の脆弱化をもたらし、「食の安全・安心」をおびやかす場合も散見された。

第二は、社会生活のあり方や「食」生活の多様化の中に見られる「食」文化の破壊(あるいは崩壊)である。機能性の追求のし過ぎ、偏食や不規則な食事時間等の偏った食事は、単に栄養のバランス問題を引き起こすだけでなく、「食」の持つ意味や社会性・文化性の忘却、認識の喪失を生み、我が国の伝統的な食習慣・食生活を破壊して、現代人の生活やその内面に至るまでの様々なレベルでの弊害や困難をもたらしている。消費者の「食」のあり方は、最終的には食品産業や農林水産業のあり方を規定してくる以上、単にマーケティングの観点から「どの商品がよく売れる

か・どのような売り方がうまく行くか」といったことを超えて、問われなければならない重要な着眼点であるといえる。

(3) 食品流通・水産物流通の多様化と変容

ここ数年の水産物を含む食品流通における構造的と思われる変化を列記する。

第一に、伝統的な鮮魚小売店やそれを支える卸売市場流通の後退、及びそれに伴って展開する水産物流通の多様化である。その中で、量販店や新業態店舗等の売り場面積は逆に拡大し、水産物売上に占めるそれらの店舗の割合も今日では圧倒的となっている。

第二は、中間流通業者である卸業界での再編淘汰である。水産物の場合には卸売市場流通が中心であるが、その卸売市場自体が取扱高の減少や利益の縮減に悩み、場内の多くの中小荷受卸や仲卸が経営不振に追い込まれ、業界の再編・淘汰が進展している。

第三は、スーパー業界における食品部門への業務シフトが目立つことである。これらスーパー業態の変化は大手商社による系列化と戦略がその背景にあるものと考えられる。

第四は、輸入水産物の一層の拡大と根強い低価格指向である。輸入水産物は量販店向けの大量供給型商品を主体としており、養殖物や水産加工品に典型であるが、それらが従来型の国産商品と入れ替わる形で、多くの小売店で売り場面積を拡大していった。こうしたタイプの商品は商社商法とも波長の合うところがあり、円高と流通過程短縮等により割安価格で供給できるところがスーパーの戦略と合致し、デフレ下において一気に拡大した。

第五は、消費者動向へのきめ細かな対応である。調理済み・弁当総菜品、「できたて」指向・即食型での提供充実が図られ、また個

食用の小分け・少量切り身等の工夫が取り入れられるようになった。これらの商品は人手や手間ヒマが多くかかり、低価格というわけには行かないが、それだけ売り手にとっても利益率が高く、差別化を図りやすいこと等から、今日では食品販売競争の主役になりつつある。また販売方法の多様化も進み、伝統食の復活や地産地消への地域ぐるみでの取組等、多くの「参加型」「主体発揮型」販売も増えている。

第六は、消費者の「食の安全・安心」への関心の高まりに対応するため、より多くの国産食品を提供しようとする動きである。小売・外食・加工メーカー等から産地との提携強化の働きかけの活発化等に現れている。

最後は、物流の合理化の動きである。ここでは、コールドチェーンの確立やHACCP等の衛生管理面でのレベル向上、切り身・パッキング・ラベリング等の「流通加工」機能充実の動き、サプライチェーン全体で業務分担を合理化しコスト削減を図る「総物流」効率化の動きの3点を指摘しておきたい。

これまで国産水産物流通の場合には、「川下」が価格形成やマーケティングに主導権を握り、競争に伴うコスト負担をもっぱら「川中」「川上」へ転嫁することが多く、仕入業者の経営不振や生産者手取りの減少と、漁業採算の悪化をもたらしていた。漁業生産者が自分の水揚水産物の売れ行きや消費者動向について関心が低かったこと、あるいは卸売市場関係者の環境変化への対応の遅れや、小売寡占化によるバイイングパワー増大とが、それを可能にしてきたといえる。しかし今日では、「川下」の量販店でも水産物部門が不振となり、漁業生産者も中間流通業者も小売も、「川上」「川中」「川下」いずれもが利益が確

保できない状況に陥っている。推定されるのは、過度な価格競争による品質低下や商品内容の単調化と劣化、それに伴う「売れ残り廃棄物」の増大である。また量販店バイヤーの魚を見抜く力（目利き力）の衰えや、中間流通業者の担当者の経験不足からくる情報仲介能力の低下等、付加価値販売努力の水産物流通全体での後退が単純な価格競争に拍車をかけ、結果としてトータルの売上・利益の減少につながっている可能性もある。いずれにせよ水産物流通においては、今後これらを克服していかないと業務の活性化は図れないし、卸売市場や漁業生産者も、現下の業況不振・経営難からの脱却はありえない。

3 水産物卸売市場の現状

(1) 卸売市場が抱える問題

我が国の水産物流通は、戦前から産地市場・消費地市場の2つの市場を経由する独特の形態をとってきた。水産物流通の多様化が進んだ現状においても、水産物の卸売市場経由率は約6割を占めるものと推定されている。しかし90年代以降は、卸売市場取扱高の減少や経由率の低下が続き、荷受卸の約3割、仲卸の約4割以上が実質赤字経営に陥っていると言われている。特に産地市場では、買受人の衰退・減少、魚価の長期低迷、出荷力の低下等、市場機能の衰退が目立っている。

卸売市場内部においては、市場への取引集中、商物一致の原則（すべて市場内に搬入・検品）手数料以外の報酬禁止、荷受卸・仲卸の兼業禁止、販売・仕入ルートの固定（荷受卸は仲卸への販売に限定・仲卸以外の第三者への販売禁止、仲卸の仕入は荷受卸に限定・産地からの直接荷引は禁止）受託原則と受託拒否の禁止、差別的取扱の禁

止等の従来の規制が、今日の流通実態や取引ニーズに必ずしも合致しなくなった。また市場内での業務慣行や規格・基準等も小売現場や消費者動向に必ずしもマッチしていない等、マーケティングや効率性の面からも問題点を指摘されている。更に、多くの卸売市場では施設老朽化が進み、衛生設備・温度管理等の整備や物流機能の高度化等も遅れている。

一方、小売や外食産業等の末端ユーザーサイドからは、業況不振に苦しむ卸売市場に対して厳しい評価がなされており、たとえば「従来通りのやり方でやっていくなら、卸売市場を通す意味がない」等の厳しいコメントまでがなされる状況にある。

こうした今日における卸売市場の困難の基底には、第一に、卸売市場制度が、多数の零細生産者と多数の零細小売店をつなぐ中間流通において、公正で効率的な流通の確保を目的に、かなり昔に創設された制度であること、第二に、特に水産物の場合には、水揚の仕分け・分別配送機能を効率的・効果的に発揮させるため、産地と消費地の2段階の卸売市場を経由する仕組みとなっていること、の2点があるように思われる。

小売の寡占化や輸入水産物の増大、あるいは物流機能や情報処理機能の高度化等により、これまで制度の前提としていた事情が大きく変貌し、従来の卸売市場流通が現状の経済システムに必ずしも合わなくなり、流通の多様化に結果しているように思われる。各現場で改善努力がなされてはいるが、卸売市場をはじめ水産物流通業界全体が、依然として環境変化に対して立ち遅れた状況に陥っていると考えられなくもない。市場外流通との競合を考えると、卸売市場は今後、新たな事情に合致した業務の不断の革新と新しいビジネスモ

デルが求められているように思われる。

(2) 卸売市場の役割の再確認

卸売市場は、集荷・分荷（需給のマッチングと品揃え）、商品評価機能と公正価格形成機能、売惜しみ・買占め等の不公正取引の防止、安全確実な代金決済の確保、等の機能を持ち、地方自治体の開設と取引監視の下で、期待された役割を果たしてきた。とりわけ貯蔵が難しく、鮮度の劣化も早く、水揚量が日々大きく変動する水産物の商品特性を考えると、これまで卸売市場が担ってきた諸機能は軽視されるべきではない。今後、卸売市場の業務を改めて見直す場合に、卸売市場のこれまでの果たしてきた機能や役割とその意義をきちんと位置付けておくことは、卸売市場改革が行われる中で、あまりの効率優先や単純な量的拡大戦略の行き過ぎ・弊害を防止する意味で有効であると考えられる。

(3) 卸売市場法の改正

水産物流通をめぐる構造的変化に適切に対応することを目的に、04年6月に卸売市場法が改正された。改正の主眼は、市場設備拡充により品質管理の徹底を図るとともに、関係当事者の創意工夫による機能の向上やコスト低減により、生産者や消費者に卸売市場をより一層活用してもらうことにある。今回の改正は、規制緩和と自由化に相当に踏み込んだ内容となっているため、これを契機に、荷受卸・仲卸ともに取引自由化が大きく拡大し、競争激化と流通の多様化に一層の拍車がかかる、従来以上に産地と水産物流通業者との提携の動きが活発化する、卸売市場の移転や設備充実が進む、卸売市場及び卸売業者

の再編統合が小売や他業態を巻き込みながら進展する、等が予想されている。

卸売市場法改正（2004年）の主な内容

品質管理について、卸売市場整備方針や整備計画、業務規程に記載し、その高度化を図る（HACCP対応施設整備等）
卸売市場再編（運営広域化や市場間連携、市場再編統合促進、PFI手法の導入、中央卸売市場の地方卸売市場への転換等）
卸業者の業務規制緩和（兼業・他法人支配届出の廃止、委託集荷原則の廃止、市場外販売活動の承認又は届出条件付自由化他）
市場外での販売行為弾力化と買付集荷の自由度拡大（荷受卸の第三者販売と、仲卸の産地等からの直接荷引き）
商物一致規制の緩和（電子商取引・ダイレクト物流等の商物分離）
仲卸に対する財務基準の明確化
卸業者の合併・共同等の促進
荷受卸による取引情報の公表内容の充実
手数料の自由化（5年間の猶予期間を置いて09年（平成21年）から実施）

4 新たな水産物流通の構築へ

(1) 水産物流通改革の方向性

今後は、生産者も含めた供給側の事情や希望が前面に出た「プロダクトアウト型」の流通から、多様化し変化する消費者ニーズに対してきめ細かく対応できる「マーケットイン型」の流通への改革が求められているといえる。単に消費需要に対して単純追随するのではなく、水産物流通に携わる当事者が豊富な知識と情報を持ち、消費者のニーズを踏まえながら提案できる能力とノウハウを有している必要がある。水産物流通・販売のプロとし

て、安価で良質で美味しい水産物を効率的・持続的に提供しうるマンパワーが重要である。

水産物流通のルートの多様化については、今般の法改正を契機に業界全体の再編統合が加速化するとともに、卸売市場のこれまでの機能の再見直しを伴いつつ、卸売市場を核とする流通ルート、いわゆる場外流通や直売と言われる流通ルート、貿易商社等による輸入水産物の流通ルート、の3タイプの流通ルートを軸にして、様々な形での取引が展開されていくだろう。その中で卸売市場は、取扱シェアは下げながらも、依然として水産物流通の中核的な機能と役割を発揮していくものと考えられる。また、漁協等の経営する産地市場の多くは、従来型の6段階流通を前提とし、地場仲買に依存する「仕分け・分荷・出荷」機能中心のビジネススタイルから、消費と流通の多様化に対応した新しいビジネススタイルに生まれ変わるため、今後、再編統合や組織改革を経ながら、そのための体制強化を図っていくことが強く求められている。

また水産業は資源管理が基本であり、農産物等の場合と違って単純に大規模・大量生産による生産性向上という考え方にはなじまない。水産物流通のあり方も、国内外資源の適切で節度ある管理と利用の上に展開されるような一定のルール作りが求められている。

(2) 水産物流通改革への具体的取組

a 多様柔軟で骨太なサプライチェーン構築

現下の水産物流通においてまず感じられるのは、関係当事者の消費者との情報共有化の不十分さであり、特に「川上」の「川中」「川下」への無関心はかねてより問題とされてきている。たとえば漁業生産者や漁協職員は、卸等の中間流通業者、小売店、量販店バイヤー等

とも時折接触し、場合によっては売場支援やアンテナショップ等の機会を通じて、消費者の購買動向や小売現場の実態を承知しておくことも大切である。どのような商品がどのように売られ、消費者がどのような反応をしているかを把握しておくことは、マーケティングを進める上で大変重要なことである。

また中間流通業者も、多面的な情報収集網からの各種情報を、自前の水産物関連の知識・知見と有機的に組合せ、小売や生産者に提供する努力を強めるべきであると思われる。

一方、小売店では、自店舗商圏内の消費者ニーズや生活スタイルをよく観察し、仕入業者と顧客情報を共有化することにより、一層きめ細かな販売戦略と対応が求められる。

b 「4定」へのオールターナティブ

量販店の大型化とデフレ経済下の価格競争で生き残ろうとする販売戦略の象徴が、「4定」(定量・定質・定価(低価)・定時)である。規格やメニューの統一、調理や店舗内作業の徹底した標準化、外部化による効率化、同一規格・価格の恒常的維持、巨大売り場店舗と多店舗販売網による大量販売等がその特徴である。確かにこの「4定」販売によって、消費者はいつでも安価な定番商品を好きなだけ手に入れることができ、利便性や経済的なメリットが向上した側面は否定できない。当初は消費者の支持に支えられ、売上・利益の拡大につながっていた。

しかし「4定」が広範化し長期化するとともに、次第にその条件に合致しない水産物が売り場から撤去され、また店舗従業員の創意工夫も低生産性で見なされて排除されていくことにより、どの店舗も個性のない同じような魅力に欠けた売り場となって、消費者の「飽き」を招いてしまった。地域の特色や季節

の変化にも乏しく、新鮮味や活気のない売り場になっていることが多い。そういう場所での販売は「価格破壊」型の「安さ」のみが追求されやすい。すべての小売店舗がそろって「4定」型・価格破壊型の量的拡大競争をやれば、結果としてどの店舗も同じような売り場に変貌し、消費者にとっては選択肢に乏しい店舗ばかりになってしまう。また中小小売が量販店の戦略に追随して価格競争をしても、資金力・組織力で圧倒され、容易には生き残ることができないだろう。また中長期的には、食品としての品質の低下や食文化の貧困化をもたらし、商品規格や商材調達の硬直性・創意工夫文化の衰退が、消費の多様化と齟齬をきたす可能性がある。多くの店舗で販売魚種が限られたものになり(マグロ、カツオ、サケ等)、多様な魚が小売店舗や流通から消えていったのはその一つの終着点であるといえる。

時代は少しずつではあるが市場の成熟を経て、量から質への転換、多様性と商品バリュー重視の時代へと変わりつつあるように思われる。ここ数年、地域資源の見直しと、沿岸水産資源の多品種少量に対応したメニュー戦略、地産地消や産直形態による販売が力を持ち始めた。これからは、小さくても消費に感動を与える店、安心と信頼をつなぐ店が繁盛してくるだろう。従って水産物の場合にも、「4定」カルチャーとは違う、産地と小売が協力して取組める売り方があるはずである。

また漁業は、季節・気象・資源等の状況で取れたり取れなかったりするものが自然であり、漁獲される魚のサイズや種類も多種多様である。小売や流通は生産者に無条件に「4定」を押し付けるのではなく、逆に生産現場と切磋琢磨しながら、合理的で付加価値の高い流通をつくるのが有利で持続性が高い。現場を

あまり考慮せずに、ア priori に作った販売メニューや規格・基準から、資源に対して規制・強制するのではなく、与えられた資源からメニューや売り方を創意工夫していくベクトルを重視する戦略である。そしてこれからは、輸入水産物や養殖魚に代表されるような、大量で規格化された比較的安価な商品群と、地場の雑魚や特産物に代表される多様で季節性のある个性的水産物の両方が、うまく組み合わせられて提供される「総合売り場」が求められるように思われる。従来の「4定」とは異なるオールターナティブな売り場である。

c 「安全・安心」な水産物流通の実現

「食」の安全・安心について考える場合には、次の諸点が重要であると考えられる。第一は、生産と流通を含めた供給者の責任の重さである。現在まで、水産物についても「安全・安心」への取組が、各地・各所で熱心に行われ、従来に比べて管理水準はかなり向上したが、他業態と比較した場合には、まだ十分でない点も多く見られる。

第二は、予防原則と安全性立証の問題である。「食」についてはリスクが顕在化してから事後的に対処しようとしてもどうにもならず、深刻な事態に陥ることがあるため、危険性が疑われる場合には販売・取扱を一時中止し、疑わしいものは被害が出る前の段階で規制して、危害の発生を予防するという「予防原則」の考え方が重要である。また食品は消費者の健康に直結するものであるため、「危険性が(科学的に)立証されない限り、自由に販売・取扱してもよい」のではなく、それらが中長期的に多くの人によって摂取されても安全であり、健康に危害が及ぶことがないことが(科学的に)立証されて後に市場に出回るよう、厳格で慎重な安全性のチェックが望まれる。

第三は、情報開示と適切な監視・モニタリングの重要性である。食品にかかる日常的な有害物質の調査や、輸入検疫・検査等の体制強化、食品表示に対する行政及び消費者の監視・モニタリングの充実が不可欠である。

第四は、「食」の「安全・安心」に関して、輸入水産物と国産とを同様に、同一レベルで扱うことである。我が国の加工品を含む水産物の約半分を占める輸入水産物の安全性確保にも、万全が尽くされなければならない。

第五は、(実務的にはこれが大きな問題であるが)「食の安全・安心」にかかるコスト負担の問題である。一定の費用の範囲内に安全対策を押し込め込むということではないが、実務的には、安全水準を向上させつつ作業や組織の不断の合理化・効率化が必要である。またコストの多くが零細な漁業生産者、養殖業者、加工業者、あるいは卸等の中間流通業者に転嫁される形になっていると「食の安全・安心」のための各種の手当てが、長期的に継続可能か否かが危ぶまれる面も少なくない。

また消費者は、「安ければいい」という商品選択の考え方を改め、供給の裏側にある事情にも関心を持ち、一定のコストを引き受けることが求められる。他方、供給者は安全確保の水準を向上させるとともに、供給者側の実状や費用についても極力情報公開し、消費者に理解を求めていく必要があると思われる。

第六は、安全性確保のための法令や食品表示等のルールが守られていないものについては(密漁等の不正規流通水産物や虚偽表示他)ペナルティ(罰則)強化が社会的に必要であろうと思われる点である。

安全の確立こそが最もエコノミーな水産物の供給方法であり、最大の付加価値である。

これからの水産物流通は「食の安全・安心」のゲートキーパーとして、消費者の「信頼」の一翼を担うものでなければならない。

5 最後に - 大切な消費者の理解 -

現在の高度経済社会では、個々の消費者の消費行動の集積が、ただちに売り場の商品構成や供給体制を変化させるくらいにまで、流通が効率化され組織化されている。いつも新鮮で安全で質のいい水産物を、手ごろな値段で継続的に消費者が入手できるためには、何よりも消費者が、自分自身の消費行動のもつ意味をよく理解し、合理的で適切な商品選択を行い、フェアな取引を担保する公正なルールを強く求めていくことが大切である。

商品価格は商品の質と情報の対価であり、それらが何度も繰り返し供給されるための社会的コストがカバーされている必要がある。つまり、商品価格は再生産を可能とするものでなければならない。商品価格には商品素材費や加工賃、流通経費等の他にも、様々な消費の社会性を担保する重要な機能の代金が込められている。商品価格は安いに越したことはないが、ただ安ければいいというものではない。表面上の商品価格だけにとらわれず、不正表示や不法漁獲の魚の流通を許さない、「安全・安心」な商品を選択する、郷土の資源とそれを利用した伝統的な食事・その文化を愛する、提供される食べ物の背後の事情にも関心を高くする等々、「賢明な」消費者の小さな行動の積み重ねが、これからの水産物流通をよりよくし、水産物を含む食生活を豊かにして行くのではないだろうか。

(田中一郎)

経営改善の手を打ちつつ集落営農組織化にも注力する JA岩手ふるさと

1 JA岩手ふるさとの概要

JA岩手ふるすとは、岩手県内陸南部に位置しており、98年に5JA（JA水沢市、JA前沢町、JA金ヶ崎、JAいさわ、JA衣川）が合併して設立された。その後06年2月に水沢市、江刺市、前沢町、胆沢町、衣川村の5市町村が合併して奥州市となったため、江刺区を除く奥州市と金ヶ崎町を管内として活動している。

管内を流れる胆沢川と北上川の水系に恵まれ、水稲「ひとめぼれ」の大産地であるとともに、前沢牛などの黒毛和牛のブランドの産地でもある。管内の総世帯数3万6,000世帯のうち、農家数は1万790戸であり、農家世帯の割合は30.0%と岩手県全体の農家世帯割合19.4%を大きく上回っている。総農家に占める販売農家の割合も岩手県全体の82.1%を上回る87.7%となっており、岩手県の中でも比較的農業の盛んな地方といえる。ただし兼業化の度合いについては、第2種兼業農家が65.9%と岩手県全体の59%をやや上回っている。また稲作単一経営の割合が岩手県全体の57.9%に対して78.3%と高く、稲作経営の比重が高い地域といえる（以上データはすべて2000年センサスによる）。

当JAの組合員数は1万8,535人と全国平均の1.8倍の規模であり、うち正組合員が1万3,167人と71%を占めている。

16年度の正組合員当りの職員数、事業量等を全国と比較すると、まず営農指導員の数が全国平均の倍となっている。次いで、販売事業取扱高も全国の1.6倍、米販売取扱高は全

国の4倍となっている。一方で貯金残高、貸出金残高、購買事業取扱高は全国平均を下回っている。このように、全体として営農指導事業に力を入れており、かつ販売事業（特に米）の事業量の大きさが特徴のJAといえよう。事業総利益を事業管理費が上回っていることで、事業利益ベースでは赤字となっており、当JAの経営の厳しさがあらわれている。

第1表 JA岩手ふるさと概要（2004事業年度）

	実数	単位	正組合員1人当たり 事業量、利益等 (*は正組合員一万人当たり)		
			JA岩手ふるさと	全国	全国比較
	a		b	c	b/c (倍)
組合員数合計	18,535		-	-	-
うち正組合員	13,167		-	-	-
正職員数	461	人	*350	*476	0.7
うち営農指導員	76		*58	*29	2.0
生活指導員	5		*4	*5	0.8
出資金	69.9		53	30	1.8
貯金残高	1,180		896	1,542	0.6
貸出金残高	420		319	420	0.8
長期共済保有契約高	7,579		5,756	7,283	0.8
販売事業取扱高	192		146	91	1.6
うち米	110	億	83	20	4.1
畜産	64	円	48	23	2.1
購買事業取扱高	69	円	53	70	0.8
うち生産購買品	58		44	47	0.9
生活購買品	12		9	22	0.4
事業総利益	44		33	40	0.8
事業管理費	44		34	37	0.9
事業利益	1		1	3	0.2
経常利益	2		1	4	0.3
事業管理費比率	101.7	%	101.7	93.2	1.1

資料 岩手ふるさと農業協同組合「ディスクロージャー誌」(2005年) 農水省「総合農協統計表」

2 第三次中期経営計画の概要

(1) 中期経営計画の作成プロセス

第三次中期経営計画(04年度~06年度)の基本理念では、「あらゆる事業の見直しを行

い、新たな営農体制の確立、担い手農業者への支援並びに組合員皆様の負託に応える経営基盤構築の実現をめざす」としている。

具体的な計画作成に関しては、各部門の代表者からなる中期経営計画策定プロジェクトチームが作られ、そこでボトムアップの計画を作成、それを経営会議（役員、部長クラスで構成）で論議し、理事会で承認されるというプロセスをたどった。検討は03年9月頃から開始し、3～4か月程度かかったとのことである。

（２）基本方針

第三次中期経営計画では、農業、経営、地域の視点から、消費者並びに実需者に信頼される農畜産物の生産にとりくみます、組合員皆さまの負託に応える経営・事業改革を行います、地域社会に貢献する協同活動を展開します、の3つの基本方針が掲げられている。

なかでも、今期計画の柱となっているのは、経営・事業改革については信用事業の収支改善、農業面については集落営農組織の整備支援であるといえよう。

（３）健全経営の確立

a 第三次中期経営計画に先行した店舗統廃合

前述したように、米中心に販売取扱高が大きいことが当JAの一つの特徴であるが、米価格の下落傾向（01年価格を100として05年価格は92.1）のなか、当JAの米販売取扱高も減少傾向（01年度を100として05年度は90.0）をたどっている。

加えて、当JAでは、合併時に職員の給与は旧JAの高水準に合わせ、手数料率は低い

水準にあわせたこともあり、合併後急速に経営が悪化した。その結果、01年度の事業計画が通常総代会で可決されず、修正した事業計画が、臨時総代会でようやく可決されるという事態に立ち至った。当JAにとって、経営改革は急務だったのである。

そこでまず03年度に胆沢地区、水沢地区金ヶ崎地区の7店舗を3店舗に統合する第一次の支店統廃合を行ない、次いで04年度から05年度にかけて、水沢地区、前沢地区、胆沢地区、衣川地区の7店舗を統合する第二次支店統廃合を行なった。

また03年度にはガソリンスタンドと車両修理販売部門を(株)JA岩手ふるさと協同サービスという協同会社として子会社化した。協同会社化しても連結決算であるため、収支面での影響は形式的にはないはずであるが、転籍となって、職員の意識が全く変わったという。JA内部であればJAの就業規則に沿ってしか行動しない職員が、協同会社に転籍し自己責任経営ということになると、サービスのありかたから変わったということである。

現在連結対象子会社は、同社の他に(株)JA胆江地区葬祭センターがあるが、農機事業についても、子会社化の方針とのことである。この背景には、JAの給与体系が依然として年功序列中心であり、就業規則の変更も簡単にはできないという事情がある。

b 大胆な支店再編案

03～05年度までの2回にわたる支店統廃合に加え、今期においては、07年4月をめどに現在23ある支店を9にまで減らすという支店統廃合案が05年度の総代会で可決された（その後更に修正されて8に減らすこととなった）。このような大幅な店舗削減案について

は、まず地域代表の理事に地域ごとの支店計画を検討してもらい、その案をもって集落座談会で議論した上で通常総代会で可決というプロセスをたどった。

当JAは旧JA単位で大きく5つの地域に分かれるが、その5つの地域にそれぞれ1つずつ母店（総合事業店舗）を置き、地域によっては、子店という形で信用・共済に特化した店舗（ただし融資決裁は母店に集約化を想定）を置くという構想となっている。それぞれの店舗は貯金量100億円をめどにして集約化を図ったとのことである。店舗統廃合については、中途半端に行なうよりは、大胆に行なってしまい、信用事業の収支を黒字化してそれを維持できるような体制の確保が重要と判断したとのことである。

ただし第一次、第二次の店舗統廃合の結果、貯金量の減少等、店舗統廃合の影響ともみられる現象もでてきている。そこで05年度には、移動店舗「ちょきんぎょ号」（職員2人が窓口と同様に対応）を店舗統廃合した管内で巡回させ、利用者の利便性確保に配慮するとともに、06年度からは信用渉外担当者をこれまでの16名から30名へと倍増させ、年金アドバイザーも5名配置して、組合員宅に出向く渉外体制を強化している。移動店舗は利用率も高いため、今後増やす方針であるという。

統廃合後の店舗については、一部は産直施設として利用している店舗もあるものの、遊休化しているものも多く、減損会計の導入もあり、売却ないし有効活用が課題となっている。

c 経営体制も刷新

当JAでは、05年6月に経営管理委員会制度を県内最初に導入している。組織代表理事

から役員が選考される体制では、一貫した経営が難しいとの判断から導入したとのことである。経営管理委員会は組織代表として組合員の意思反映を担うが、全員非常勤であり、常勤役員は全てJA職員からの登用となった。常勤役員は、代表理事、専務理事に加えて、企画管理グループ常務理事、金融共済部常務理事、営農経済部常務理事の5人の体制をとっている。

経営管理委員会は通常月1度開催され、定款に関する事項や組合員の権利・義務に関する事項、大規模資産の取得等が経営管理委員会付議事項になっているが、執行機関である理事会の機動力が増したとのことである。

d 不良債権処理と破綻未然防止策

当JAでは、一部大型の不良債権を旧JAから引き継いでおり（合併後に顕在化した）それへの対応にも苦労してきた。組合員の問題であるため一挙には処理できず、少しずつ引当金を積む対応をしてきている。

この不良債権問題への対応をきっかけにして、当JAでは債権管理の方式を厳格化した。特定の問題債権先は大型法人と呼んで、それに対しては特別対策委員会をつくって対応している。その他は各地域ごとに債権回収班を設けて、破綻未然防止策を講じている。経済未収金も以前は1年くらい督促しないこともあったが、現在は3か月未収になると金融債権と同様に債権管理の特別渉外を配置して、地域のセンター長、支店長、経済事業の部署、関係会社も含めて地域ごとに集まって、回収策を講じている。これはJA経営の健全化とともに、問題が大きくなる前に対処するという意味で組合員のためにもなることであると認識している。

(4) 第2次農業振興計画について

a 集落営農支援

次に農業面での課題についてみていく。

第三次中期経営計画と同時期に作成された第二次農業振興計画では、07年度から始まる品目横断的経営安定対策への対応としての集落営農組織の育成が重点の一つとなっている。当初の計画では集落営農組織化支援として営農経済渉外者（各地域1名の計5名）を設置するというものだったが、集落営農の組織化支援の業務に対応しきれないとして、営農アドバイザーと名称を変更して25名に増員を行なった。営農アドバイザーは昼間は営農指導員として活動しつつ、夜間は集落営農の組織化支援を行なっている。

02年度の段階で大規模個別経営体が355戸、作業受託を中心とした担い手組織が78戸、集落経営体が7戸であるものを、集落ビジョンの目標年次である2010年度には、大規模経営体が後継者難から240戸程度への減少が見込まれており、担い手組織も73戸とほぼ横ばいの見通しとなっているものの、一方で集落経営体を103戸にまで増やすという計画を描いている。

しかし集落営農も、現状のような米価の水準では、土地を貸して賃貸料を得るという考えでは成り立たない状況であるという。自らの農地を荒廃させずに資産として残すために、管理してもらおうという発想で、管理料を支払うという考え方に立たなければ、集落営農も困難だろうとしている。

b トレーサビリティへの取組

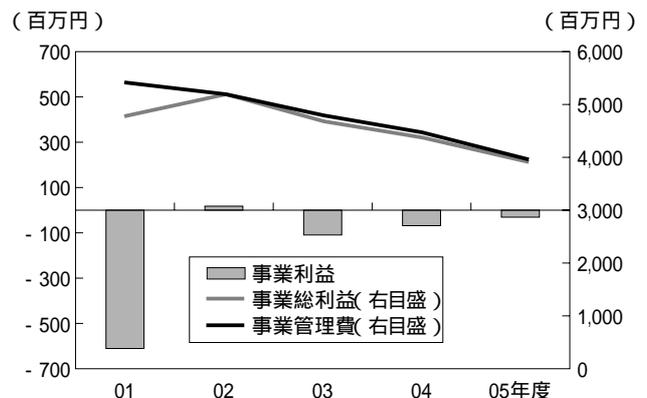
トレーサビリティについては、米、畜産、野菜とも全て対応して、卸売業者に対して情報公開している。農家は基本的に栽培履歴を

記帳し、それをOCR（光学式文字読み取り装置）にかけて記録・蓄積している。そして全ての農産物に認証番号をつけて、卸売業者が、栽培履歴を知りたい時には、認証番号を入力すれば、栽培履歴が分かるようなシステムを導入し、安全・安心な産地をめざしている。

代わりに

当JAの場合、合併後の経営悪化が顕著であり、信用事業を中心とした事業内容の見直し、改善をせざるを得ないという状況の中、大胆な店舗統廃合の実現を決める等、改革の実績をあげてきている。事業総利益が右肩下がりの中、事業管理費を切り詰めて、事業利益の赤字幅は縮小してきている（第1図）。

第1図 JA岩手ふるさとの事業成績の推移



資料 岩手ふるさと農業協同組合通常総代会資料

事業管理費削減につながる第三次の店舗統廃合に関しては、組合員への説得等で職員にもまとまりがでてきたとのことである。常勤役員を農協職員出身者で固めたことも、事業改革に向けた取組を組織一丸となつて行なえる基盤となっていると考えられる。

(小野沢康晴)

協同組合の存在意義 農協を中心に

1 はじめに

「一人は万人のために、万人は一人のために」という牧歌的スローガンから系統における職歴を刻み始めた者として、昨今の弱肉強食的市場至上主義環境下での農協のあるべき姿につき関心があった。先達による先行研究に触発されつつ考えたことを報告する。

2 伝統的理解

終戦直後の農村の課題は当時のベストセラー、近藤康夫著『貧しさからの解放』という表題に集約される。農民個々の勤勉主義の限界に対して「協同」という相互結合による力の結集が必要との認識に至ったものである。この社会的存在意義について先行研究（注1）は、当時の農業経済学分野におけるマルクス経済学的バイアスを含みつつ三つの考え方に類型化している。

いわゆる「協同組合主義」の見解

協同組合をおし拡げることによって、やがて資本主義にとって替わる。

資本への「奉仕機関説」の見解

資本主義の秩序のなかでは、しょせん資本蓄積のための一つの代行機関にすぎない。

資本主義への「対抗機関説」の見解

協同組合は資本主義への抵抗のために生まれ、限界はあるにしろ私的生産をある程度克服し、小生産者や消費者が自衛する形態として評価する。

（注1）伊東勇夫著（1960）『現代日本協同組合論』御茶ノ水書房刊

3 最近のEUでの議論

協同組合の先進地域であるEUにおける多様な立場の学者による共同研究（注2）は今日的な協同組合のあり様として、既述の「対抗力的協同組合モデル」に加え、「企業家的協同組合モデル」という新タイプのモデルを示しているが、これは経営上企業家的戦略の採用に特徴を見ている。

（注2）オンノフランク・ファン・ベックム他著、小楠湊監訳/農林中金総合研究所海外農協研究会訳（2000）『EUの農協 21世紀への展望』家の光協会刊

4 企業的発想の例

企業と同様の技術、考え方を協同組合の事業、経営に導入することは従来から珍しくはなく、JA合併の理論的基盤は「規模の経済」、多事業兼営による総合事業経営は「範囲の経済」に依拠している。最近の特徴はむしろ小粒な事業スキルの活用が目立つことだろうか。

アメリカの新世代農協（注3）を典型とするSCM（サプライチェーンマネジメント）の活用。

（注3）生産から販売に至るサプライチェーンをたどる中で、付加価値を産む過程を農協に取り込む戦略の採用に特徴がある。この本邦への初期の紹介として、大江徹男（1998）「90年代におけるアメリカの農協の新たな展開」、農林中金総合研究所編『農林金融』（6月号）での説明が簡潔。その後、クリストファー・D・メレット/ノーマン・ワルツァー編著、村田武/磯田宏監訳（2003）『アメリカ新世代農協の挑戦』家の光協会刊が詳細に解説している。

株主・取締役間の利益相反問題を「プリンシパル(主人)・エージェント(代理人)関係」として扱うミクロ経済学の理論を組合員・組合間にも流用できるのではないかとする考え方(注4)。

(注4)『EUの農協』(注2参照)の解題において、小楠はこの理論の本邦への初期の紹介者として「代理店モデル」と命名しているが、「代理店」が別の概念を喚起する可能性もあり、他方、現段階では古典派経済学の用語としてカタカナ語として定着した模様であるので、ここではそれを採用した。

事業効率化としてのヒトの効率化は「やる気」の喚起であるとして、「分権でやる気を喚起」と提言する先行研究(注5)は、企業界で成功したダウンサイジングの手法からJAにおいても学ぶべしとするもので、経営学の労務管理分野でのモチベーション論の適用である。

(注5)三輪昌男著(1997)『農協改革の新視点 - 法人でなく機能を - 』農山漁村文化協会刊

5 二つのモデルの発展段階論的理解

小楠は、「寡占・独占時代の対抗力モデル」「市場原理主義時代の企業家的協同組合モデル」という図式的に明瞭な整理を示しているが筆者の考えは少し異なる。

(1) 市場原理主義時代の弊害

先行研究(注6)が整理している弊害は三点である。

営利主義の弊害

「最大限の利益を追求するためにはなんでもする。何をすることもためらわない。不法、

不正、不道德なことも辞さない。」

不平等の拡大

短期的視野で見る傾向

(注6)炭本昌哉著(1999)『デフレ・自由化時代の協同組合』農林統計協会刊。本書は自由化時代の競争に協同組合が生き残っていくには「縦割り法制から統一法制への変更」が必要と主張するもので引用箇所はその前段部分。

(2) ふたつのモデルの表裏一体的理解

市場原理主義時代の弊害が顕著な時代こそ「対抗力としての協同組合」の働きが社会的に求められる時期である。一方、事業体としての協同組合は事業収益を上げない限り存続し得ない。一般の企業家との競争に打ち勝っていくには企業家と同様の事業戦略を採用することも必要となろう。私見によれば、使命を掲げる組織体としてみると「対抗力モデル」が、一般企業と同一の市場で競争している事業体としては「企業家モデル」が、同時に成立していると見たい。

文明開化期の和魂洋才の伝でいえば、魂は対抗力、企業家の才で農協の発展を夢見ている。

(前主席研究員 小松孝宏)

『農村をめざす人々 ライフスタイルの転換と田舎暮らし』

相川良彦・會田陽久・秋津ミチ子・本城昇共著（筑波書房）

本書は「農村をめざす人々」（副題：「ライフスタイルの転換と田舎暮らし」）というタイトルであり、近年は類書が書店にあふれているのはご存知のとおりである。最近ではライフスタイル、さらには人生哲学の考え方が、以前とはかなり変わってきているようである。

英国では、庭のある暮らしを理想とし、老後はカントリー暮らしを志向することは、よく知られているが、本書の冒頭に知り合いの在日フランス人の話として、「日本では田舎という悪いイメージだが、フランスでは良いイメージでとらえる」とあり、ライフスタイルの考え方について、日本でも変化がみられるようになってきた、ということかもしれない。

さて本書の特徴として、まずあげるべきなのは、実際に農村移住者の多い土地の中から、北海道新得町・富良野市、山形県高畠町、京都府美山町の3ヶ所を絞り込み、移住者たちの移住の動機、経過、現在の暮らしを聞き取り、「できるだけリアルに、簡潔に紹介する」というもので、他にあまり例を見ないものである。すなわち、どのように生まれ育ったか、どのような信条や夢を持っていたか、

なぜ、当地へ移住したか、いかなるプロセスを経て移住し、移住後は何を生業として暮らしているか、等を記述し、「臨場感あるヒューマンドキュメント」を企図している。多くの場合、田舎暮らしの本は、著者が一方的に、暮らし方の紹介や注意点を述べるものが殆どであるが、本書は実体験者の話を、いいことも悪いことも、赤裸々に、同格に扱い、記述している。この点について本書では、農村移住というライフスタイルの転換をともな

うような体験は、少数、多彩、個性的であるので、数量的にとらえるまえに、その個性を、移住者個々の実像として知る必要があったとしている（章で移住者の統計的整理はなされている）。移住タイプとしては、「新規就農」派、「兼業的農業従事」（11a以上耕作）派、「自給農業」（10a以下耕作）派、「田舎暮らし・住環境志向」（農業はしない）派等に大別している。

さて注目され、今後増加が見込まれるタイプである「団塊世代の田舎暮らし」について、本書の事例はホースセラピーの乗馬場と農業体験宿泊などの民宿経営というやや特殊なものであるが、実際の事例は、既述の移住タイプの様々な組み合わせがありうるだろう。今後、田舎では、過疎化による地価・借地料の低額化が進行して、「ミニ新規就農」派や「自給農業」派の団塊世代移住者は益々多くなるのではないか。17年度食料・農業・農村白書でも「団塊世代に注目」と、紙数を割いている。

一方、受け入れる集落側も、「新参者である等々の分け隔てなくやってくれて、何でも仲間に入れてくれる」という環境が欠かせない。また「新規参入者が、特定作物の産地でもないエリアで慣行栽培をして、農協を通して市場へ出荷しても、まともな値段はつかない。有機農産物なら、少しずつルートを開拓し、扱ってくれる店や個人客を増やしていける利点があり、新規就農のやり方としては無理がない」という点も、実体験に基づく説得力がある。

（2006年1月 税込み1,050円 111頁）

（平岩 直）

晩婚化・晩産化による少子化の進展

05年の合計特殊出生率は、前年からさらに0.04ポイント下がり1.25となり、5年連続過去最低を更新した。

内閣府が発表した「平成17年版少子化社会白書」によると、20代の母親から生まれてくる子どもは1975年には出生児の約8割であったが、2004年では45%と半数弱となり、5割強が30代の母親から生まれている。晩婚化による晩産化傾向が進み、20代の女性が子どもを産まなくなったことや、2人以上の子どもを持つ夫婦が減少してきていることが少子化の原因として挙げられる。

この合計特殊出生率を地域別に見ると、全国平均を下回るのは12都道府県で、東京都をはじめ主に大都市圏に集中している。これらの地域の出生率アップが少子化問題の鍵を握るといえるだろう。

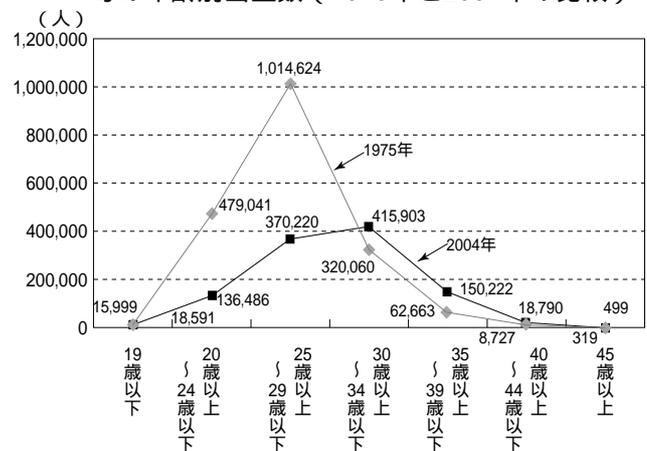
我が国では、1990年の「1.57ショック」を契機に政府が「少子化」を問題として認識し対策に取り組み始め、1994年以降、子育てと仕事の両立支援、雇用、母子保健・相談、教育等、子どもを産み育てやすい環境づくりに向けての対策が策定され、多くの事業が実施されたにもかかわらず、少子化の進展には歯止めがかからなかった。白書ではその背景の一つとして、子育て期にあ

る30歳代男性の長時間労働により子育ての負担が女性に集中していることを挙げている。

また、「少子社会に関する国際意識調査」で、就学前の子ども育児における夫・妻の役割について聞いたところ、出生率の低い日本や韓国では、「主に妻が行う」が6割以上と高く、出生率の高いアメリカ、フランス、スウェーデンでは「妻も夫も同じように行う」が高くなっている。

少子化進展は様々な複合的な要因が絡み合っていると思われるが、ますます進む女性の社会進出に伴い、雇用主および男性の被雇用者双方が意識転換を図り、これまでの働き方を見直し、家庭でも妻と同じ様に家事・育児を担う必要があるだろう。（プラウツ京美）

母の年齢別出生数（1975年と2004年の比較）



資料：厚生労働省「人口動態統計」

調査と情報 第221号 (2006年7月)

編集・発行 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 - 7333
FAX 03 - 3246 - 1984
URL : <http://www.nochuri.co.jp>
E-mail : plautz@nochuri.co.jp
