



最近の漁協信用事業の動向

第24回漁協信用事業アンケート調査結果から

はじめに

本稿は、当（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、農林中央金庫水産部の協力のもと、2005年8月に実施した「第24回漁協信用事業アンケート調査」結果の概要である。

今回調査は、信用事業を実施している118組合（以下「実施組合」という）と、104信漁連支所（支所のほか、支店、営業店、代理店、取次店も以下「支所」という）の計222実施組合・支所を対象に実施した。

なお、支所へのアンケートは、信用事業を譲渡した組合（以下「譲渡組合」という）経由で管内の信用事業を担っている支所に記入をお願いした。

調査において重点を置いた項目は、組合の水揚金額の傾向や決算概況、貯金、貸出金の動向、貯蓄推進、貸出推進、である。

1 アンケート対象組合・支所の概況

アンケートの対象となった組合（実施組合及び譲渡組合）の04年度1組合平均（大規模1組合を除く）は、組合員数566人（全

（注1）
国組合平均の2.0倍）、うち正組合員341人（同2.0倍）、職員数29人（同2.7倍）、水揚金額（属地）17.5億円（同0.9倍）である。

信用事業関連をみると、1実施組合・支所平均は、職員5.2人（全国平均の1.4倍）^{（注2）}、貯金残高37.1億円（同1.3倍）、貸出金残高は10.5億円（同1.2倍）である。

平均値は全国平均を上回るものが多いが、組織・事業規模等にかかなりの乖離があり、平均値は大規模組合の個別事情等が反映されやすくなっている。したがって、集計結果の平均値の利用にあたっては、全国の動向を把握するうえでは特に問題はないものの、扱いは参考程度とされたい。

（注1）水産庁『水産業協同組合統計表（平成15年）』

（注2）全漁連『漁協貯金、水揚高の状況（平成17年3月31日現在）』

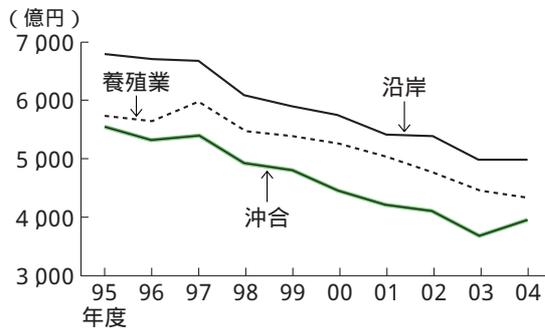
2 漁協経営

（1）最近の年間水揚高の傾向

漁協経営に大きな影響を与える年間水揚高（属地）のここ2～3年の傾向をみると（222組合集計）、「減少」66.7%、「増加」16.2%、「変化なし」17.1%となっている。

国内の沿岸・沖合漁業及び海面養殖業の生産額をみても、沖合漁業は04年に前年より増加しているものの、養殖業、沿岸漁業

第1図 漁業生産額の推移



資料 農林水産省「漁業生産額」

とともに減少傾向にあることがわかる(第1図)。

次に、水揚高に影響を与える水揚量と価格のここ2～3年の傾向をみると(222組合集計)、水揚量は「減少」61.7%、「増加」19.4%、「変化なし」18.9%、価格は「下落」68.5%、「上昇」10.3%、「変化なし」21.2%となっている。

なお、水揚量が減少し、魚価も下落した組合は45.0%(100組合)であり、一方、水揚量が増加し、魚価も上昇した組合はわずか1.8%(4組合)である。

漁協を取り巻く事業環境は、水産資源の減少、魚価の低迷、漁業就業者の減少・高齢化などによって悪化してきていることがうかがえる。

(2) 経営収支

04年度の1組合当たりの事業総利益は、実施組合及び譲渡組合ともに前年度より悪化している。事業別にみると、販売事業は前年度比で好転しているものの、購買事業は2年連続の悪化である。実施

組合の信用事業は2年連続の悪化で、その幅も拡大している(第1表)。

事業利益は実施組合及び譲渡組合とも3年連続の赤字であり、全体では218組合中137組合(62.8%)が赤字である。本業で事業管理費が賄えない組合の多いことがわかるが、このような採算性が厳しいいくつかの組合にヒアリングしたところ、販売事業の職員を減らすなど人件費などの削減にはすでに取組済みで、これ以上の費用の削減は困難であるというところが多かった。また、行き過ぎた職員の削減によって1職員当たりの労働の質・量は増加しており、職員の体調不良やモチベーションの低下、新規事業や販路開拓などへの取組体制の不備などが生じている漁協もあった。

次に、経常利益は3年連続の黒字であり、譲渡組合においては04年度増益となっている。これは補助金、補償金、賃貸料、プレジャーボートの係留・監視料など多岐にわたる事業外利益によるものである。なお、経常利益段階での黒字は全体では218組合中149組合(68.3%)、赤字は69組合(31.7%)

第1表 経営収支の概況(1組合平均)

(単位 百万円)

	実施組合平均(n=107)			譲渡組合平均(n=92)		
	02年度	03	04	02	03	04
事業総利益	223.7	233.0	209.7	136.1	121.8	120.0
うち信用	26.7	23.3	19.6	-	-	-
共済	8.3	8.3	8.0	5.7	5.7	5.8
購買	38.4	35.9	33.7	28.3	26.1	24.3
販売	85.4	83.2	84.0	56.5	52.4	53.6
事業利益	3.2	4.9	6.4	8.1	13.3	14.0
経常利益	8.9	4.3	4.1	14.8	1.9	7.6
税引前当期利益	9.4	11.2	8.3	12.4	0.4	6.7

(注)1 譲渡組合の共済事業は91組合、販売事業は90組合で集計。
2 3か年の実数が把握できる組合のみで集計。

である。

3 貯金残高の動向と貯蓄推進

(1) 貯金残高の動向

04年度末の貯金残高は、実施組合及び支所ともに前年度末より減少しており、実施組合においては2年連続の減少である(第2表)。

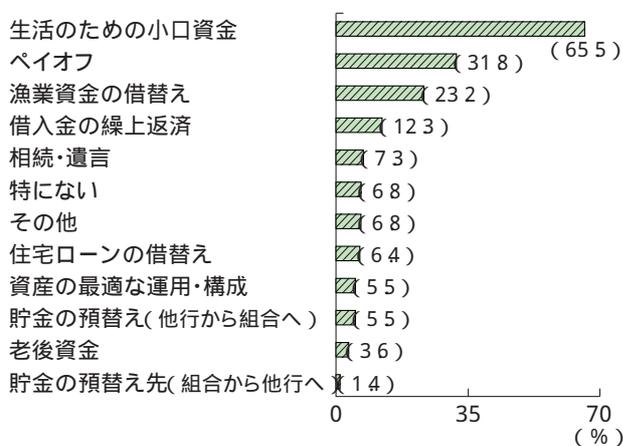
貯金種類別にみると、実施組合及び支所ともに定期性貯金が2年連続の減少で、その幅も拡大している。一方、04年度末の当座性貯金は両者とも増加しており、支所においては2年連続の増加となっている。これはペイオフの影響もあるが、ヒアリング

第2表 貯金残高の動向(1組合・支所平均)

(単位 百万円)

	実施組合平均(n=107)			支所平均(n=95)		
	02年度末	03	04	02	03	04
貯金合計	3 797.1	3 742.6	3 731.5	3 385.8	3 402.5	3 381.5
当座性貯金	1 337.3	1 316.3	1 352.7	1 075.1	1 126.4	1 178.2
定期性貯金	2 459.9	2 426.3	2 378.8	2 310.7	2 276.1	2 203.3

第2図 利用者からよくある相談・問合せ(上位2つ回答)



(注) 220組合・支所の集計。

によると、漁業所得の減少に伴う定期性貯金の解約、及びそれによる漁業資金・家計費への補填が多いようである。

このような組合員の生活が厳しくなっている状況は、「利用者からよくある相談・問合せ」の設問に対して「生活のため小口資金」(65.5%)の回答が最も多かったことからもうかがえる(第2図)。

(2) 貯蓄推進

04年度の重点貯蓄推進商品をみると(118実施組合・103支所集計、上位3つ回答)、「年金口座の獲得」(42.5%)が最も多く、次に「懸賞品付定期貯金」(40.7%)、「定期積金」(37.1%)となっている。

次にPR方法をみると(同、複数回答)、「窓口」(75.6%)が最も多く、次に「特別推進」(44.8%)、「女性部」(32.1%)となっている。「漁協の総(代)会」(17.2%)や「組合広報誌」(8.6%)でPRをしているところは少なく、実施組合・支所別にみてもほとんど差はなかった。

貯蓄推進のためのサービスをみると(同、複数回答)、「粗品等の提供」(66.1%)が最も多く、次に「金利の上乗せ」(39.8%)、「懸賞品の付与」(35.7%)となっている。

なお、先のPR方法やサービスについて実施組合・支所が独自に企画したものをみると、「特になし」(60%以上)が最も多くなっており、PRの大部分が信漁連・本所からの要請・指示によるもので

あることがわかる。各実施組合・支所管内の状況は様々であり、それに応じた推進のためのPRやサービスを各実施組合・支所が工夫し、提供することが望ましいと考えられるが、そのような状態にないことがうかがえる。

4 貸出金残高の動向と貸出推進

(1) 貸出金残高の動向

04年度末の貸出金残高は、支所では増加に転じており、実施組合では2年連続の減少となっている(第3表)。

貸出金種類別にみると、実施組合においては短期・長期資金ともに2年連続の減少であるが、長期資金のうち住宅ローンは微増している。これに対して、支所は04年度末、短期資金は減少、長期資金は増加に転じているが、特徴的なのは実施組合より貸出金残高に占める住宅ローンの割合が高いことである。ヒアリングによると、最近は収益の改善のため、住宅や自動車などのローン推進に力を入れている、あるいは入れようとしている実施組合・支所が多くなっている。

貸出先別にみると、実施組合及び支所ともに、組合員に対しては2年連続の減少で、

第3表 貸出金残高の動向(1組合・支所平均)

(単位 百万円)

	年度末残高		
	02	03	04
実施組合(n=107)	1,183.5	1,122.9	1,043.0
支所(n=95)	1,026.3	1,022.3	1,040.9

その幅も拡大している。これは、漁業資金の新規貸出が伸びず、一方で償還が進んでいることが主な原因のひとつである。しかし、漁業資金に対するニーズがないというわけではなく、現在の漁業環境下で、問題なく返済ができる収益の見込みが立たないため借入を手控えているのが実情のようである。また、水揚高の好調なところでは、漁業所得の比較的多い組合員がおり、積極的に造船や機関換装への投資はあるものの、自己資金を利用するケースが多く、実施組合・支所の貸出には結びつかないというケースもある。

(2) 貸出推進

04年度の重点貸出推進商品を見ると(上位3つ回答)、「自動車ローン」(29.0%)が最も多く、次に「長期漁業資金」「特になし」(各28.5%)となっている。実施組合・支所別にみると、支所の方が「住宅ローン」「自動車ローン」と回答している割合が高くなっている。「その他」としては、大部分が「小口資金」「生活資金」を挙げている(第4表)。

次に、重点貸出推進商品として最も回答の多かった自動車ローン推進のためのPR方法(04年度)をみると(複数回答)、「特になし」(57.1%)が最も多く、次に「窓口」(23.7%)、「特別推進」(19.6%)となっている。実施組合・支所別にみると、支所の方が「窓口」「特別推進」と回答している割合が高く、支所の方が推進に積極的であることがうかがえる(第5表)。

第4表 04年度の重点貸出推進商品(上位3つ回答)

(単位 回答組合数, %)

		合計	自動車ローン	長期漁業資金	住宅ローン(新規)	短期漁業資金	住宅ローン(借替え)	教育ローン	カードローン	当座貸越	リフォームローン	その他	特になし	貸出は抑制する方針	貸出業務は行えない
合計		221 100.0	64 29.0	63 28.5	50 22.6	45 20.4	21 9.5	17 7.7	16 7.2	11 5.0	9 4.1	27 12.2	63 28.5	5 2.3	5 2.3
信用事業	実施	118 100.0	25 21.2	35 29.7	7 5.9	28 23.7	1 0.8	8 6.8	10 8.5	7 5.9	2 1.7	11 9.3	45 38.1	3 2.5	2 1.7
	支所	103 100.0	39 37.9	28 27.2	43 41.7	17 16.5	20 19.4	9 8.7	6 5.8	4 3.9	7 6.8	16 15.5	18 17.5	2 1.9	3 2.9

第5表 04年度の自動車ローン推進のためのPR方法

(単位 回答組合数, %)

		合計	窓口	特別推進	折込チラシ	組合員全戸訪問	漁協の総代会	組合広報誌	女性部	その他	新聞広告	特になし	取り扱っていない
合計		219 100.0	52 23.7	43 19.6	11 5.0	9 4.1	9 4.1	7 3.2	5 2.3	3 1.4	-	125 57.1	18 8.2
信用事業	実施	117 100.0	17 14.5	16 13.7	1 0.9	4 3.4	3 2.6	3 2.6	3 2.6	-	-	80 68.4	13 11.1
	支所	102 100.0	35 34.3	27 26.5	10 9.8	5 4.9	6 5.9	4 3.9	2 2.0	3 2.9	-	45 44.1	5 4.9

第6表 04年度の自動車ローン推進のためのサービス(複数回答)

(単位 回答組合数, %)

		合計	金利の優遇	提案型 渉外	相談会 の実施	販売店 等との 連携	その他	特になし	取り扱っていない
合計		219 100.0	41 18.7	5 2.3	6 2.7	6 2.7	-	149 68.0	18 8.2
信用事業	実施	117 100.0	11 9.4	3 2.6	1 0.9	1 0.9	-	88 75.2	13 11.1
	支所	102 100.0	30 29.4	2 2.0	5 4.9	5 4.9	-	61 59.8	5 4.9

同様に、04年度の自動車ローン推進のためのサービスを実施組合・支所別にみると(複数回答)、両者とも「特になし」という回答が最も多いものの、支所の方が「金利の優遇」と回答している割合が高くなっている(第6表)。

なお、住宅ローンのPR方法・サービスについてもほぼ同様の結果である。

ヒアリングをした組合・支所の多くで「貸出は推進するものではなく、利用者からの借入申込みを待つしかない」という意識が定着しており、このようなアンケート結果には、推進するための意識・ノウハウの不足が表れていると考えられる。また、人員が足

りないという問題もあるであろう。

おわりに

漁業を取り巻く環境は悪化し続けており、先行きが不透明な漁協・支所が多いのではないと思われる。

そのようななか、新たな収入源の確保の

ために直売所をはじめたり，魚価の向上のために産地のブランド化に取り組んだりしている漁協がある。一方，経費（特に人件費）の削減に注力している漁協もある。これは漁協の収益・財務格差によるところもあるが，ヒアリングのため訪問すると，明らかに前者の漁協の方が活気はあり，職員は生き生きとしている。何より，将来の可能性を感じる。

店舗統廃合等による経費削減も重要なこ

とではあるが，まずは収入増加の可能性の検討・取組みを今一度行うことが重要ではないだろうか。同時に，組合員，地域住民と話し合いの機会を設け，各地域に合った漁協・支所のあり方を検討することも必要なことであると思われる。組合員，地域住民からより一層必要とされる漁協・支所となることが期待されている。

((財)農村金融研究会副主任研究員

尾中謙治・おなかけんじ)

