

地銀が取り組む食農連携

—北海道銀行の事例—

主任研究員 室屋有宏

1 農業サポート機能としての食農連携

近年、地銀を中心に中長期的な観点から組織的に農業金融に取り組む動きが強まっている。生産者側では川下の実需者との連携を通じ成長する農業法人等が増加しており、こうした法人等においては金融、販路、商品開発など小規模農家とは異なるニーズが生まれている。

農業融資に積極的な地銀等では、農業法人が必要とする経営発展のためのサポート機能の提供が、自らの農業融資の伸張とリスク管理に直結するとの認識が定着している。具体的なサポートとしては商談会やビジネス・マッチング等を通じた食農連携の推進が主要なものといえる。こうした取組みは単に農業者に対するアプローチとしてだけでなく、自らのコア取引先である商・工業者への提案力強化としても重視されている。

本稿では、地銀がどのように農業と商工業の連携を推進し、農業を振興・産業化し、自身のビジネス対象として取り込もうとしているのかについて、有力地銀へのヒアリングを踏まえて報告したい。

今回は北海道銀行の事例について取り上げる。

2 農業サポートのネットワーク形成と役割分担

北海道銀行（以下「道銀」）が経営トップの判断として農業融資を積極化し始めたのは06年以降のことである。同行の北海道農業に対する見方は、「農業だけで1兆円、関連産業

を入れると7兆円」とまさに地域の基幹産業であるが、農業は「可能性をまだまだ引き出していない産業」との認識である。道内でも1億円超の売上を持つ経営体は500程度しかなく、加工・販売のサポートを通じた経営支援が不可欠だとみている。

生産者の側でも「製品差別化したい」「販路の拡大」という新たなニーズが出てくると、民間金融機関へ相談に行く傾向があるという。こうしたニーズを的確にとらえトータルに支援していく、特に道銀はマーケティング支援による経営体の自立化を促進していくというのが基本戦略になっている。

注目されるのは、北海道では食農連携をサポートする民間ベースのネットワークが形成され、その中で実質的な役割分担ができていくことである。

道銀は日本政策金融公庫（以下「公庫」）の他、北海道農業法人協会（以下「法人協会」）、北海道農業企業化研究所（HAL財団）と包括業務提携している。HAL財団は道内の農業者、商業者、消費者等を結びつけることを目的に「のまど農窓」という農業ギャラリーを昨年3月に開設しており、ここで農業についてさまざまな相談ができる。「農窓」には大学、法人協会が協力機関として参加している。HAL財団は法人協会の事務局も担当しており、さらに法人協会は公庫との間で包括提携している。

道銀自身も農業に関連するさまざまな連携を推進するため「道銀アグリパートナーズ」を06年に立ち上げており、現在、約40社の企業が参加している。

道銀はこうしたネットワークを活用し、生産者が「埋もれることなく」同行に気楽に来てもらい、食農連携の「舞台」に乗せるサポート機能を提供していきたいとしている。

北海道での農商工連携については、食品加工メーカーが独自に生産者にアプローチしているのが現状であるという。生産者側でも法人協会のメンバーは農商工連携への関心が高い。ただし道銀としては、農業ビジネスとしての農商工連携アプローチはあると思っているが、現実には販路支援を中心に行っていく方針である。

3 農業融資の現状

道銀の農業向け融資残高は着実に伸びており、06年3月末56億円(融資先69件)から、09年3月末には100億円(同135件)となっている。また、今年6月には、農業融資の専門部署として「アグリビジネス推進室」が法人営業部内に新設され、現在担当2名と道庁OBのアドバイザーの3名を中心に活動している。公庫が認定する「農業経営アドバイザー」は現状2名だが、今後増員していきたい意向である。

無担保・無保証の農業者向けの商品の拡充も進んでおり、上限額を3,000万円と高めに設定し「マインドゥ・アグリ」を道銀ビジネス・ローンプラザ(本店)で取り扱っている。また、公庫CDSを利用した「アグリ・ワイド」を今年から投入した(上限6,250万円、期間は最長7年)。

融資態勢の課題としては、支店での農業融資の人材・ノウハウの蓄積がまだ進んでおらず、支店の担当者が転勤する場合など、取引先との情報・コンタクトが途切れないように本部からこまめに出張するようにしている。

4 工夫を凝らした商談会

道銀は以前から「食の商談会」というビジネス・マッチングを開催し、販路支援に力をいれてきたが、生産者の場合、実績は必ずしも挙がっていなかったという。生産者は独自に加工・販売していても「誰に何を売なのか」という意識が乏しく、またバイヤーにとっても通常のビジネス・マッチングは方々で行っているため新味がないという問題があったと同行はみている。

こうしたなかで昨年・今年と、道銀は経産省の「地域力連携拠点事業」を一部活用し、十勝と中標津に道内外の有力バイヤー20数名を招待、バスをチャーターし産地の実態・内容を泊りがけでじっくり見てもらう企画を行った。視察後もすぐ商談に入らず、まず生産者、バイヤーの間で素直に話し合う意見交換会を設定した。その後で「カリスマ・バイヤー」と呼ばれる有名バイヤーによるマーケティング・セミナーを聴講し、商談会に入るというきめの細かいスケジュールを組んだ。

道銀としては「商談会は生産者、バイヤー双方に長い目で見てほしい」との思いがあり、これによって生産者の意識が変わる「種まき」の役割を担いたいと考えている。今回の取り組みは、双方にとりじっくり素直に話ができたと大変好評であったと評価している。

農業者と実需者との関係は、安定供給や価格をめぐり対立する側面もあるが、道銀の商談会は双方がこれまで気付かなかった地域の農産物の価値を見極め、付加価値化・ブランド化を一緒になって進める取り組みとしても参考になろう。

(むろや ありひろ)