

AFC Forum

フォーラム
Forum

2024.4
春1号

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

特集 農の成長、金融への期待



AFCフォーラム Forum 2024.4 春1号

Agriculture, Forestry, Fisheries, Food Business and Consumers

特集

農の成長、金融への期待

政府系と農協系が主流だった農業金融に、地域金融機関が相次いで参入している。地域商社の設立やコンサルティングなど、農業の成長産業化につながるとの期待がある一方、農業融資の難しさを指摘する声もある。農業金融の現状と課題を追った。

3 農業融資分野での地域金融機関の役割

遠藤 暁 / 野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社 主席コンサルタント

7 地域金融業の垣根超えた農業支援へ

金子 弘道 / ジャーナリスト

巻頭言

観天望気

2 地域連携が未来を創る

川田 淳次 / 農林中央金庫 常務執行役員

経営紹介

変革は人にあり

11 農家に寄り添うあぐり×ばんく事業 ネットワークを大切にした農業金融

土屋 仁志 / 株式会社加須畜産(埼玉県)

農と食の邂逅

19 不変の豊かさを体現する 町中のオープンファームをめざす

磯沼 杏 / 磯沼ミルクファーム 株式会社Dairy&Farmy(東京都)

新・農業人

27 オリジナルブランド商品を次々と開発 「カッコいい農業」で農業界を震撼させる

村田 翔一 / ロックファーム京都株式会社(京都府)

レポート

調査レポート

15 「健康志向」と「簡便化志向」上昇 「経済性志向」も40%超えを維持

——消費者動向調査(2024年1月調査)——



撮影：縄手 英樹

佐賀県嬉野市
2023年3月28日

百年桜と茶畑

■ 雲一つない青空の下、満開の桜と茶畑のコントラストが美しい。帯の色：コスモス色

連載

フォーラムエッセイ

食は第二の母

金田 朋子 / 声優 14

主張・多論百出

経営存続の鍵は資金繰りの維持 金融機関に求められる継続支援

森 佳子 / 島根大学生物資源科学部農林生産学科 准教授 --- 23

ぶらり食探訪 -ダイデスハイム-

和食とドイツワインのペアリング

山本 拓也 / 時事通信社ベルリン支局 25

耳よりな話

ゼロエミッション農業をめざす

須藤 重人 / 国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 --- 26

地域再生への助走

地域金融機関としての役割 栃木県の農業を支え続ける

金田 和久 / 栃木銀行 法人営業部 31

書評

『百姓の遺言』

吉田 忠則 / 日本経済新聞社 編集委員 34

インフォメーション 35

災害のお見舞い 37

編集後記 37

次号予告 37

第17回アグリフードEXPO東京2024開催のご案内 --- 38

*本誌掲載文のうち、意見にわたる部分は、筆者個人の見解です。

観天 望気

地域連携が未来を創る

昨今、農業を取り巻く環境はめまぐるしく変化している。担い手の減少・集約により農業の構造変化が生じているなか、国際的なエネルギー価格・資材価格の高騰や頻発する自然災害に見舞われ、社会的には脱炭素や省力化など環境に配慮した対応が求められている。

このような農業情勢のなか、まずは足元の資材価格高騰などの影響を受けた経営体や能登半島地震の被災者への金融支援に、引き続きしっかりと対応していきたいと考えている。加えて、担い手のニーズに的確に応えるべく、出向く活動を通じた付加価値の高い多様なソリューション提案も続けていく必要がある、さらに今後はスマート農業や環境調和型経営に関連した資金対応も求められるだろう。また、担い手の財務基盤強化の観点では、アグリビジネス投資育成株式会社の出資機能を活用し、持続可能な農業経営に向けた支援を継続的におこなっている。

非金融面ではJAの「総合事業」という強みを生かした、担い手のコンサルティングに取り組んでいる。事業性評価により担い手の経営課題を「見える化」し、JAが有する多様な機能を提供することで、経営課題解決のサポートをおこなっている。なお、担い手の所得向上を実現するためには、生産性向上や販路開拓などの多角的な提案に加え、地域で連携して事業に取り組む必要があり、そのためには行政、地元の関係機関とも協力していく必要がある。

農業経営をめぐる情勢は徐々に複雑さを増しており、今後は温室効果ガスの削減やみどりの食料システム戦略が示すような持続可能な農業といった社会課題に近い領域に入っていくだろう。こうした課題の解決に向けて、金融機関には、適切なソリューションを提供するためのコンサル力を培い、総合力を発揮した複合的な支援をおこなうことが求められる。地域一体となって持続可能な農業の実現に貢献していきたい。



川田 淳次

農林中央金庫 常務執行役員

かわた じゅんじ

1993年農林中央金庫入庫。農林水産環境統括部副部長、JAバンク統括部副部長、経営対策部長、JAバンク統括部長などを歴任し、2021年より現職。JA・JF事業、農業水産業向け金融・地域活性化を担当している。

農業融資分野での地域金融機関の役割

円安や国際競争の影響で資材が高騰するなか、農業者の経営課題はグローバル化、デジタル化など多岐にわたたり、支援ニーズも高度化、多様化している。課題を解決し農業を成長軌道に乗せるには、地域金融機関のマッチングなど多様な支援はもちろん、融資の拡大が欠かせない。農業融資の課題と解決策を考えた。



野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社
コンサルティング部 主席コンサルタント

遠藤 暁 ENDO Satoshi

えんどう さとし
青森県生まれ。東京外国語大学卒業後、複数の金融機関にて国内外のプロジェクトファイナンス業務に従事。2015年に野村証券株式会社入社。国内の森林の流動化に携わったことをきっかけに、18年より野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社へ出向。農業経営アドバイザー試験および林業経営アドバイザー試験合格者。

地域に原点回帰する金融機関

農業に対する融資は農業特有のリスク評価が難しい、あるいは、金融ビジネスとして収益性に乏しいといわれる。この問題を解決しないと融資拡大は難しい。

まずは、農業金融の全体像を確認しておきたい。農林中金総合研究所が発表している農林漁業金融統計によると、2022年3月末現在の農林業者向けの貸付残高は金額が大きい順に、政府系金融機関が3兆2256億円、組合金融機関が2兆1478億円、民間金融機関が1兆255億円、総額で6兆3989億円となっている。

10年前の12年3月末の農林業者向けの貸付残高は、政府系金融機関が2兆3679億円、組合

金融機関が2兆1940億円、民間金融機関が7014億円、総額で5兆2633億円となっている。伸び率で見ると、政府系金融機関が36%増、組合金融機関が2%減、民間金融機関が46%増と民間金融機関の伸びが最も大きく、民間金融機関の存在感が増している。

背景として、積極的に投資し成長をめざす農業経営体には、制度融資とは別に、資金用途などに柔軟性がある民間金融機関からの借入が必要となってくるためと考えられる。

農産物販売金額規模別経営体数を見ると、売上高が5億円以上規模の経営体は05年では630戸だったが、20年には1326戸と2倍以上に増えている。一般論として企業が成長していく、つまり売上高が増加していく局面では設備投資を賄うための長期借入金が増加するこ

とに加え、売掛金や在庫、仕入れが増える必要な運転資金も増加する。農業分野では、この15年間にそれだけ資金需要が増えたといえる。

民間金融機関が地方創生に取り組むなかで、一次産業への融資スタンスが変化したことも要因と推測される。歴史をひも解けば、1990年代のバブル経済の崩壊とともに、事業領域を広げていた地方銀行が原点回帰し、地域へ軸足を戻したことがきっかけだ。その後、2005年の地方再生法の成立や同年の金融庁による地域密着型金融の機能強化の推進に関するアクションプログラムの実施、11年の地域活性化総合特区の設置を経て、14年に「まち・ひと・しごと創生法」が成立し、地方を主体とする施策が打ち出されるようになった。こうしたなかで地域金融機関の地方創生に果たす役割がファイナンスの面

図1 地方銀行の地域商社などによる主な取り組み

銀行名	地域商社名	主な取り組み
みちのく銀行	(株)オプティムアグリ・みちのく	スマート農業ソリューションを活用し生産者と連携した農産物の生産・販売など
北海道銀行	(株) HAL GREEN	農産物の流通事業、認証制度の取得推進による農産物の付加価値向上など
宮崎銀行	(株) Withみやざき	農産物等のマーケティング・ブランディング事業、卸売販売など

資料：編集部作成

で重要になった。当初はバブル経済崩壊から大きな影響を受けた二次・三次産業支援の面が大きかったが、地方創生には当然、一次産業活性化が含まれている。地価の下落もあり、地域金融機関の融資スタンスは担保偏重主義から事業性重視へ、おのずと変化していった。

一方で、新型コロナウイルスの感染拡大に起因する飲食店向けの農産物需要の急激な減少、地政学的リスクの高まりによる飼料・肥料の高騰、地球温暖化による気候変動に伴う農産物生産の不安定化など、昨今の農業経営を取り巻く

環境は厳しさを増している。一部の葉物野菜などを除き、多くの農産物の収穫期間、つまり売り上げ計上が可能なのは年間1〜2回に限られ、生産技術が伴わず、リスク回避手段を適切に講じなければ、最悪の場合、売上高ゼロということも生じ得る。

農林水産省の生産農業所得統計によると22年度の農業総産出額は9兆15億円と前年度比1・8%増えたが、生産農業所得は3兆1051億円と同7・3%減った。5年前の17年度の生産農業所得3兆7616億円と比べると17・5%も減少している。

このような外部環境の大きな変化に、農業経営体の経営努力だけで対応することは無理がある。政策面はもちろん、民間金融機関の支援が今まで以上に必要だ。金融のあるべき姿は、融資先企業の成長とともに増加した利益で元利金の返済を受けるものである。スマート農業など新たな事業に対して、幅広いネットワークを生かし、他産業との連携による売上拡大やコスト削減を提案するなど、民間金融機関には生産者のパートナーとしての役割が求められる。

地域商社を設立して農業支援

実際に、地銀ではそうした動きが多く見られる。全国地方銀行協会によると、地銀62行のうち31行で地域商社が立ち上がり、販路開拓や新商品の開発、地域産品のブランディングなどに取り組んでいる(図1)。例えば、みちのく銀行とIT企業のオプティムアグリが連携して立ち上げた「株式会社オプティムアグリ・みちのく」は、

スマート農業を活用した農産物の生産と販売を実践する。IT技術で生育状況を分析して農薬の使用量を最小限に抑え、残留農薬不検出の「スマート米」を販売している。

北海道銀行が出資する「株式会社HALGREEN」は、道内約150の農業生産法人と栽培契約を結び、畑作物を大手スーパーなどに出荷する。農産物の差別化を図るため、特別栽培やGAP認証の農産物に積極的に取り組む。生産者にグローバルGAPの取得を推進し、国内最大級の62戸の生産者が同団体認証を取得した。さらに独自認証(HAL認証)を設けるなど、生産者とともに農産物の高付加価値化をめざしている。貯蔵、選果、リパックの各設備を保有し、生産者が生産に専念できる体制も整備した。

また、宮崎銀行は関連会社の宮崎ベンチャーキャピタルと農業法人「株式会社夢逢いファーム」を設立し、アボカドの生産に取り組んだ。収穫までの難易度が高いアボカド栽培にチャレンジし、グループの地域商社「Withみやざき」を通じて販売している。

地銀からみれば、地域商社は新規事業という位置付けで、現在は地域の産品を売っていく基礎ができた段階だ。今後、成長し地域経済に貢献するにはいくつかの課題がある。

一つは収益性だ。地域のためとはいえ、地域商社は営利事業である。一般論として卸売・小売業の利益率は低く、ある程度の規模がないと収益は小さい。収益性を高めるには、地域外にも販路を拡大し、スケールを大きくしていかなくてはならないが、県内を主要な営業エリアとする

図2 リスク管理手法の一例

インパクト 発生確率	大きい	小さい
	高い	根本的な原因を探り対策が必要
低い	保険で対応または経営判断としてリスクテイク	日々の経営努力でリスクを最小化した上でリスクテイク

資料：著者作成

地域金融機関には、県外のネットワークが不足している。

6次産業化では成長するにつれて、各事業者が地域の枠を超えて連携する動きが見られる。四国4県が「いやしのくに四国交流推進協議会」を通じて連携するように、地域商社にも他地域との連携が必要になってくるだろう。

もう一つは専門性だ。これまで地域金融機関はコンサルテイングにおいて事業承継や資産運用以外の分野をあまり手掛けてこなかったが、地域商社にはマーケティングの視点が欠かれない。目利き力や魅せ方などのスキルやノウハウを磨く必要がある。

人口減少や地域経済の縮小、あるいは優秀な人材確保の難しさなど、銀行本体の経営環境が厳しくなるなか、どこまで地域商社の取り組みに力を入れられるだろうか。地域にとって地域商社は優れた取り組みだと思いが、ビジネスと

して成り立たなければ、継続は難しい。今後、各地域金融機関の体力に応じて、地域商社の淘汰や合従連衡が発生する可能性がある。

地域産品にはその地域にしかないもの、作りの思い入れや歴史性のあるものなど、眠っている宝がたくさんある。それを見つけ出してビジネス化するのも地域商社の役割だ。課題を克服し、取り組みが活性化することに期待したい。

地域金融機関のネットワークに期待

地域商社に限らず、販路拡大や6次産業化の収益増加という点で、地域金融機関が持つネットワークは生産者にとって魅力的だ。実際、地域金融機関には農業経営アドバイザーが数多く在籍している。マーケティングや農業政策、農業の簿記、税務、経営診断などの研修を受け試験に合格した、農業経営改善の専門家だ。地域経済に明るく、農業特有の事情を理解したうえで、金融機関として財務的な分析を実施し、必要であれば財政的な支援もできるこれらの専門人材を抱えた地域金融機関への期待は大きい。

加えて地域金融機関には長年培ってきた信頼がある。取引先の紹介にしてもマッチングにしても、地域金融機関の紹介先は間違いのないと生産者は思っている。単なる紹介ではなく、紹介に付加価値が付けられる存在として地域金融機関があるといっている。

一方、生産者側の課題もある。質・量ともに安定生産できる生産者は限られているからだ。農業と食品加工業が連携して商品を作り付加価値を高めるといっても、その前提は原材料の安定

供給にある。原材料の供給が滞れば工場は稼働できず、収益は悪化する。例えばキャベツひとつとっても生鮮向けと加工用とでは栽培方法や品種が異なる。加工品販売による収益拡大という前に、生産者は生産技術をきちんと身に付けていなければならない。かつては農産物が余るので加工品をつくるといった動きがみられたが、今はそういった発想は通用しない。加工品生産を見据えた品種や作型などの選定が必須である。その点、農業以外の他産業を経験してから参入した経営者のほうが、需要側に質・量ともに応える意識は高く、経営的にもうまくいっているケースが比較的多いように感じる。いずれにしても高収益を追求するならば、現在の農業生産を変えて新しい産業を生み出すぐらいの勢いが必要だろう。その主導的役割を地域金融機関には期待している。

農業特有のリスク見極めが課題

農業を成長産業にするためには民間金融機関からの資金供給の拡大が欠かせない。だが、拡大には農業特有のリスク評価といった高いハードルがあると指摘されている。現在の金融の枠組みでいえば、審査ノウハウの確立や倒産率の予測精度向上、つまり定量的な先行指標や定性的な兆候発見などが考えられる。

しかし、材料や資材を一定の設備に投入してモノを生産・販売するという点で、農業は製造業と何ら変わらない。ただし、変動要素が大きく、天候など制御できないファクターが大きいという農業特有のリスクがある。見方を変えれば、金

融機関はそのリスクを定量的に見極めて、金利に反映させればよいことになる。金融機関には各々が培ってきたリスクを見極める能力が備わっている。農業には特有のリスクがあるから融資が難しいのではなく、そのリスクに対する知識やノウハウが不足し、適切なリスク管理ができていないということだ。

一般的に、リスクは「発生確率×インパクト」で表される(図2)。インパクトが大きくても、発生確率が極めて低ければ、そのリスクは無視するという判断はあり得る。逆にインパクトは小さいが、毎年起きるリスクには一定の準備金や引当金を確保しておくなどの手立てを講じることでリスクが顕在化した際の影響を極小化できる。種苗や肥料の購入という「仕入」、農産物の生産という「加工」、農産物の出荷という「販売」のように製造業と同じく各々の段階におけるリスクを一つずつ評価すればよい。

リスク管理については生産者にも課題がある。例えば、農機具のメンテナンス、土壤診断をおこない施肥設計や土づくりをするなど、生産設備を良好に維持し、種苗や資材は予約販売で価格変動リスクを抑えるといったリスク低減努力が必要だ。天候は制御できないが、天候の変化に応じたさまざまな対策を取ることができる。あるワイナリーの栽培責任者は、スマホに天気予報アプリを3つインストールしておき、見比べて天候を予想。台風や霜への対策、ブドウの収穫時期などを判断している。製造業にもさまざまなリスクがあり、経営者はリスクの低減に取り組んでいる。それに比べると生産者の対応には、ス

マート農業やDXの実践など、まだ伸びしろがあるように思う。

社会システムとしての農業融資

農業への資金供給については、通常の融資だけでなく、社会システムとして改革する考え方も必要ではないだろうか。例えばクラウドファンディングで資金を募る場合は、事前注文を受けて農産物を生産し、成功も失敗も支援者と共に分かち合う。そして生産者側は支援者の期待に応えるために精一杯の努力をする。つまり、経営のベクトルが支援者も生産者も同じになる。

民間金融機関が地域商社のような機能を持っているのであれば、スマート農業関連の設備投資に対して融資し、スマート農業で生産される高付加価値の作物を元利金返済の代わりにもらい、地域商社を通じて収益化するという仕組みも考えられる。

「現代版徒弟制度」といった方法もあるだろう。地域独特の生産ノウハウを知る有力な農業経営者、いわゆる篤農家の指導を受けた新規参入者はリスクが低いと判断し、金利を下げる。あるいは定期的に篤農家の指導を義務付け、金利に反映させる手法もある。

また、起業や就労のために小規模の事業資金を融資するマイクロファイナンスの応用も考えられる。マイクロファイナンスに成功し、2005年にノーベル平和賞を受賞したバンングラデシュのグラミン銀行の当初の仕組みでは「グループ貸付制度」を設け、無担保融資の代わりに5人で一つのグループをつくり、1人でも

返済できなければ他の4人も今後一切融資が受けられない。今後もお金を借りられるように仲間同士で管理し、助け合う仕組みだ。日本でも地域の横の連携ができ、お互いの得意分野を持ち寄って切磋琢磨する制度にできるかもしれない。

農業を成長産業化するためには、生産者の成長ステージに合わせた金融支援も考えられる。生産者の成長段階によって資金の出し手が変わる手法だ。新規参入したばかりの生産者には、ベンチャーファンド、あるいはエンジェル投資のように初期成長を促す、リスク許容度が高い資金提供者が付く。一定の生産技術が身に付き、規模拡大を図る生産者には、PE(プライベート・エクイティ)ファンド的なアプローチをし、安定成長軌道に乗った生産者には、地域金融機関が運転資金や更新設備投資を融資する。

最近では日本でも一次産業に目を向けたPEファンドやベンチャーファンド的な取り組みが始まっている。対象はICTやスマート農業などアグリテックと呼ばれる分野、あるいはSDGsや持続可能な農業など、新しい分野への資金提供が多い。一律の補助や支援は、支援される側のモラルハザードを起こしやすい。融資システムの多様化はそれを防ぐことも期待できる。

地域金融機関を取り巻く環境は、少子高齢化が急速に進み、地域経済そのものが縮小する厳しい時代になっている。そのなかで、地域の基幹産業であり、決してなくなることがない一次産業を支え、共に逆境に立ち向かうことは、地域金融機関の存在意義を証明することにつながり、その果たす役割は今後、ますます重要になる。F

地域金融業の垣根超えた農業支援へ

政府系金融機関と農協が主力を担ってきた農業金融に地方銀行や信用金庫など民間金融機関の参入が進む。その農業支援は融資にとどまらず、販路拡大や財務支援、IT技術の提供など幅を広げている。アグリビジネス支援の在り方を地銀と農協の二つの事例から考える。

個別指導でJGAP認証取得

三沢基地の米軍機だろうか。上空で戦闘機2機が爆音をとどろかせていた。青森県六ヶ所村。村内の60畝で根菜類を栽培する農事組合法人北栄農場は、2023年6月、ダイコン、ゴボウ、長芋、サツマイモの4品目のJGAP認証を取得した。

同農場理事の中岫和彦さんは、販売先の卸売業者などから「GAP認証を取らないか」と勧められていたが、文書作成の煩雑さなどで躊躇していた。そんな中岫さんの背中を押したのが、青森銀行ビジネスパートナー部の石郷喜廣さんだった。月3回、北栄農場を訪れて個別指導し、5カ月で認証取得にこぎつけた。中岫さんが作業日報を作成していたことに加え、青森銀行が

独自に作成したマニュアルを利用すれば申請書類の作成負担が軽減されることなどが、迅速な取得につながった。

JGAP取得の効果は大きかった。卸売業者やスーパーなどからの問い合わせは2倍に増え、鹿兒島県の農家とのダイコンのリレー出荷も充実した。中岫さんは「青森銀行の応援は本当にありがたかった」と感謝する。

GAP認証は農産物の付加価値を高める。県はGAP関連のセミナーなどを開くが、行政が農家に個別サービスするのは難しい。「個別農家に付き添って指導すれば、認証取得は難しくない。青森銀行はGAP・ASIA GAP・JGAPの認証を取得できる体制を整えた」（石郷さん）という。

青森県を地盤とする青森銀行とみちのく銀行



ジャーナリスト

金子 弘道 *KANEKO Hiromichi*

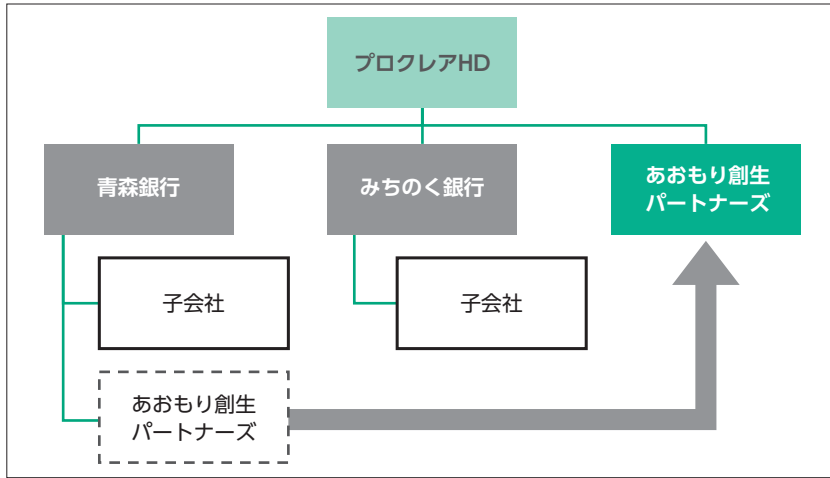
かねこ ひろみち
1947年茨城県生まれ。71年早稲田大学卒業後、日本経済新聞社に入社。経済部を経て、編集委員、論説委員に。退職後、鳥取環境大学環境政策学科教授、帝京大学経済学部教授を歴任。水産ジャーナリストの会会長。著書に「TPPと農業の異次元改革」（東京図書出版）など。

は25年1月に合併し、地銀は1県1行体制に移る。将来の合併が決まった直後の22年4月、両行は共同で金融持ち株会社「プロクレアホールディングス(HD)」を設立し、両行はプロクレアHDの傘下に入った。

プロクレアHDがめざすのは、銀行が培ったノウハウやネットワークを活用して金融機関の枠組みを超えたビジネスを創造し、地域の持続的発展を促すこと。背景には、地域の人口減少や経済の停滞、低金利による銀行の収益低迷などがある。このままでは地域がじり貧に陥り、銀行経営も悪化するとの危機感もある。

23年12月には、青森銀行傘下のコンサルティング会社あおもり創生パートナーズ(以下、ACP)が、金融庁から、銀行業以外の事業に参入できる「他業銀行業高度化等会社」の認可を受けた。

図1 組織再編後のプロクレアホールディングス



資料：編集部作成

これに伴う組織改編で、ACPはプロクレアHDの子会社に移行。両銀行の兄弟会社として銀行業から独立した事業会社となった(図1)。

「地域ビジネス製造工場」をめざす

ACPは社内に新規事業開発の実働部隊となる「事業創造スタジオ」を新設し、2024年1月に事業を開始した。新規事業の名称は「地域バリューアップスタジオ」。地元企業や産学官などからビジネスの芽を発掘し、市場調査や試作品開発、事業検証などを経て事業化していく。

事業では、ベンチャー企業創造の株式会社 Quantum(東京・港区)や一般社団法人スタートアップスタジオ協会などがつくる「スタートアップスタジオ」と連携、地域発のビジネスを連続的に興していく「地域ビジネス製造工場」をめざす。当初はACPが事業主体となり、経営が軌道に乗れば地域企業に譲渡することも想定している。

ACPは手始めに、①津軽地方で発生するもみ殻を県南の畜産農家で牛舎の敷料などに活用する「耕畜連携事業」、②弘前市の歴史的建造物を活用した「分散型ホテル事業」、③食品関連企業の「営業代行業」——のビジネス化を考えている。

耕畜連携では、プロクレアHDが青森県からもみ殻の輸送方法について「バラ輸送」「フレキシブルコンテナの輸送」「圧縮して輸送」——の3ケースのコストを比較する実証事業を受託した。この結果を基に、プロクレアHDがもみ殻の仕入れや加工、輸送、販売を一括して事業化する計画だ。分散型ホテル事業は宿泊、食事、観光施設などの機能を弘前市中に分散させ、地域を一つのホテルに見立てる事業だ。

食品業の営業代行業は、プロクレアHDの社員が営業マンとして首都圏などのバイヤーに青森県産品を売り込み、商談結果を県内の企業へフィードバック。プロクレアHDはコンサルタント料を受け取るが、商流には関与しない。ニーズがあれば食品加工などを勧める。23年夏、試験的に2社の営業を代行し、24年1月から希望する企業の募集を開始した。

コンサルティング業務に強み

プロクレアHDが強みを発揮するのが、コンサルティング事業だろう。経営ノウハウの蓄積がある銀行にとっては得意分野だ。青森銀行では「アグリビジネス」ものづくり「観光・宿泊」の3分野に専門のコンサルタントを置いてきた実績もある。

アグリビジネス分野では、農業法人や農業関連事業者の経営戦略立案や事業計画策定、部門別損益・原価管理手法の確立、販路拡大や事業承継などを支援する。コンサルタント1人当たりの訪問件数は年間延べ280件。北栄農場のような販路拡大をめざしたJGAP認証取得もその一つだ。コンサルティングは経営者と徹底的に話し合い、課題解決に付き添う「伴走型支援」に徹する。

プロクレアHDは事業推進のために外部企業との連携も進めてきた。みちのく銀行は2019年1月、IT企業でスマート農業を手掛ける株式会社オプティム(東京・港区)と、地域商社オプティムアグリ・みちのく(青森市)を設立した。オプティム社が開発した「ピンポイント農薬散布テクノロジー」で農家を支援する。

ピンポイント技術はドローンで雑草や害虫を撮影しAIで解析。害虫の生息箇所だけに農薬を散布して農薬の使用量を減らす。この技術を使って栽培した減農薬のコメや大豆は全量買い上げ、販売する。今後はドローンの販売のほか、地域全域を対象にした農薬散布事業に広げる考えだ。

ファンドもいくつか立ち上げている。23年2月には青森銀行とみちのく銀行が、中小企業や起業家の経営を支援するスパークル株式会社（本社仙台市）と、地域特化型投資ファンド「プロクレアHD地域共創ファンド」を設立した。創業や新事業創造、事業承継などを考える農業法人や企業に資金調達手段を提供する。

第1弾として、青森産リンゴの搾りかすを使った人工皮革の開発、販売を手掛けるapplecycle株式会社（青森市）に投資した。プロクレアHDは「経済の変化のスピードが速く、融資だけでは対応しきれない」と、ファンドの必要性を強調する。

農業産出額が東北6県トップの青森県にとって、食と農は重要産業だ。青森銀行やみちのく銀行は15年ほど前から食と農林水産業への支援を強化し、動産担保融資（ABL）や協調融資などを拡大してきた。23年3月期末の農林業者向け貸出残高は、両行の単純合計で200億円を超え、東北の地銀では断トツに多い。プロクレアHDの設立で、農業支援のギアは一段上がった。

低迷するお茶生産

農協のアグリビジネス支援も強化されている。全国トップのお茶大国・静岡県の菊川市に拠点を置く遠州夢咲農業協同組合（JA遠州夢咲）はその一つだ。

「お茶の元気がないんだよな」。JA遠州夢咲代表理事組合長の河原崎友二さんの顔は浮かない。かつて3000戸あった同JA管内の茶農家は、高齢化などで離農が増え、650戸ほどに

減った。最盛期には茶の出荷額が年60億〜70億円とJA全体の半分を占めていたが、近年は約17億円と4分の1に縮小。施設イチゴに首位の座を明け渡した。

不調の原因は明らかだ。一つは、この30年間に茶の消費形態がボトル茶に移行し、静岡県の農家が得意としてきた煎茶などリーフ茶の需要が大幅に減った。JA遠州夢咲も明治時代の輸出茶に使ったパッケージを復刻させたボトル茶を発売する一方、大手ボトル茶メーカー向けの出荷にも取り組んでいるが、鹿児島県など他産地との競争は厳しい。

もう一つの原因は、小規模な茶農家が多いこと。栽培面積が小さいうえ急傾斜地の茶園が多く機械化が進まず、生産効率が悪い。その結果、茶農家の経営は悪化して離農が進み、農家の出荷量も減った。茶葉を集荷して荒茶に加工する茶農協の経営は悪化し、解散するところが相次ぐ。地域内の加工場数は、茶農協の工場と農家が自宅などに作った工場を合わせて約90工場とピーク時の半分以下に減った。

「茶園を集積し規模拡大しないと先行きは厳しい」。JA遠州夢咲は気を引き締める。新興産地でライバルの鹿児島県は農家一戸当たりの茶園面積が大きく、機械化が進んでいる。JA遠州夢咲も規模拡大に動かざるを得ない。少ないながら、地域内には農地の集約をめざす担い手農家もいる。その一つが堀川園だ。生産した茶葉の加工施設の獲得を考えていた同社は、JA遠州夢咲に対応を相談していた。同JAは解散を検討していた茶農協の情報を把握すると、茶農協

が所有する製茶工場の買収に向け両者を仲介した。両者の交渉は順調に進み、同JAは買収を資金面で支援するため、事業承継マッチングで日本政策金融公庫とも連携した（図2）。

農業分野の事業承継マッチングは後継者不在の農地や施設、機械、技術などを譲渡したい事業者と、譲渡を受けたい事業者と引き合わせ、承継を支援する取り組みだ。必要に応じ、日本政策金融公庫との協調融資など資金面でトータルに支援する。

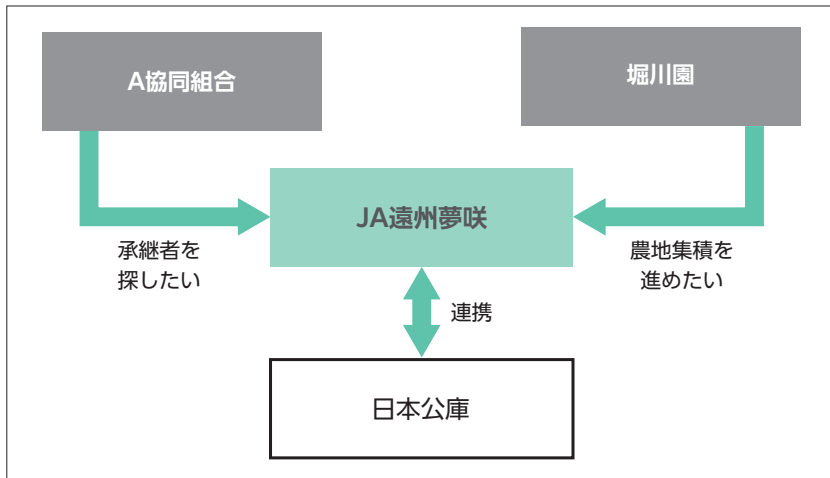
茶農園の工場取得を支援

堀川園の代表取締役、堀川佳通さんは菊川市で茶農園を営む農家の3代目。2016年に父の跡を継ぎ、22年に法人化して離農する茶園を集積してきた。現在の経営面積は32畝。承継した工場に出荷する周辺農家を合わせると47〜48畝になり、22年度の売上高は約1億8000万円に達した。

もともとは自分の茶畑で栽培した茶葉を自宅の工場加工、袋詰めして直販する「自園・自製・自販」だった。だが栽培面積の拡大で自宅の工場が手狭になり、16年に経営難に陥った工場を引き取った。しかし、栽培面積の急拡大で、その工場も生産能力が限界に達し、22年12月に、解散した茶農協の茶工場を取得した。新工場の生産設備は一部を効率のいい機械に入れ替え、人員を削減して生産効率を上げた。新たな工場では荒茶を製造して茶問屋や農協に出荷する。直販比率は2割程度に減った。

茶工場取得の大きな目的は、茶園の集積だ。工

図2 JA遠州夢咲の事業承継支援



資料：編集部作成

場に出荷してくる周辺の茶農家を一つにまとめれば規模の経済が働く。離農する農家の情報も得やすい。「今後も工場の取得を続けたい」と堀川さん。今後もJAには近隣市町村の茶農協の解散や生産者情報などを提供して欲しいと期待する。

堀川さんが農地集約の先に見据えるのは茶樹の改植だ。現在、地域の主流品種は「やぶきた」だが、病気に強く生産量が多い品種などに植え替えたい。機械化を考えると改植にはまとまった園地が欲しいが、堀川園が集積した借地は

100カ所を超す。いわゆる分散^{さくは}圃状態の一つにまとまった茶園は少ない。改植できても植え替えた茶樹の摘採までに5年、収穫量が確保できるまでには8年かかる。その間の資金手当てもしなければならぬ。また、茶園の賃借契約は現在、6〜10年だが、30年ほどの長期契約に変更しないと改植は進まない。

海外の需要が増えた有機茶の栽培でも茶園の団地化が欠かせない。かつて堀川さんは有機栽培を試みようとしたが、周辺農家の反対があった。周辺の茶園で農薬散布すると、有機の茶園が逃げ出した害虫の避難所になってしまい、農薬の効果が薄れたところに周辺の茶園に戻ってくるという理由だった。結局、この農地での有機栽培は断念せざるを得なかった。

静岡県は有機栽培に向けた「つゆひかり」を奨励品種に指定しているが、堀川さんはこの品種の改植には数分程度のまとまった茶畑が必要と考える。つゆひかりに改植できれば、ゆくゆくは有機茶専門の工場を持ち、有機抹茶を輸出したいとも考える。

農業金融アドバイザーの設置

JA遠州夢咲も茶園の大規模団地化が難しいことは十分理解している。例えば茶畑の畝は農家ごとに異なる方向を向いており、農地を集積しても乗用茶刈機などが一直線に走れず、効率が悪く、抹茶にする前の原葉を製造する「碾茶」の工場も地域にはない。JA遠州夢咲も今後は農業者を交えて、有機茶の栽培や碾茶工場の建設などを検討し、有機茶の専門工場などを建設

する農家には資金提供を考えた。

また、静岡県内農協のトップを切って2016年に農業融資専任担当者を配置した。最近では経営や融資など金融の相談が増えたが、農家を訪問するのは営業指導や農産物販売など経済事業担当者が多く、農家の要望が金融部門に届くまでに時間がかかった。そこで金融事業の専門家をアドバイザーとして、農業経営など農家の相談に即応できるようにした。

23年度からは担い手農家を支援する「夢咲アグリグロウアップ事業」も立ち上げた。2022年度の運営の余剰金から農業振興支援積立金を新たに設定し、「担い手育成」「生産基盤の整備」「基幹作物の生産拡大」に年2000万円、5年間で計1億円を充てる。

農業経営が農畜産物の生産から、加工や販売など関連産業を含めたアグリビジネスに進化し、農業金融はアグリビジネス金融に移ってきた。民間金融機関のアグリビジネス支援は融資にとどまらない。新規市場の開拓や経営コンサルティング、ICT技術の活用、スタートアップによる新事業創造などへと幅が広がっている。

一方の農協には栽培や経営指導などで独自の支援策を持つが、一般企業への融資も制限されている。アグリビジネスの成長には民間金融機関の力が不可欠だ。河原崎さんも「農業の成長に向けて、民間金融機関と協力できるところは協力していきたい」と言う。生産から加工、流通、消費までフードシステム全体の支援ができるよう、民間金融機関、農協、政府系金融機関が業態の枠を超えて連携するかが今後の課題だ。



土屋 仁志さん

農家に寄り添うあぐり×ばんく事業 ネットワークを大切にした農業金融

埼玉県加須市
株式会社加須畜産 CFO(最高財務責任者)



埼玉県内の地方銀行で農業担当を10年。仕事は新規融資先の開拓だったが、農業にどっぷりと浸かるなか、ネットワークの大切さに気づく。課題に直面する農家に寄り添い、豊富な地銀の取引先との結び付きを探る。農業のノウハウを生かし、川下の企業からも信頼が寄せられる。3年前に銀行を飛び出し、畜産農家のCFO(最高財務責任者)になった。

銀行員から畜産企業のCFOに

——農業経営でCFOの肩書きは珍しいですね。

土屋 たぶん農業分野でこういう名称のポストはないでしょう。正直に言うと、3年前に地元の銀行から加須畜産に移るときに「なにか役職が必要だ」と言われたので付けました。

財務の他に、労務やウェブサイトの広報などのバックオフィス(事務管理)業務もしています。

加須畜産は企業間取引(BtoB)に特化してきました。養豚経営として極端に多産系の母豚で数量を追い求めたり、高相場を狙って出荷を調整したりするのではなく、規格をそろえてよいものを安定的に供給するというスタイルです。これまで数多くのコンクールで受賞をし、買い手側からは高く評価されてきました。

当社は「彩の国いもぶた」や「めぐみ米豚」などのブランドを取引先と協力して、長年販売しています。

ただ、事業を伸ばしていくうえで、BtoBだけで事業規模拡大をしていくご時世でもありません。よいものを安定的に供給するという基本は

変えず、新しい顧客を開拓していくことが必要です。高級なレストランや小売店に出荷したり、協力したりして販路を広げることが会社としての課題です。そのため、今はリブランディングに力を入れています。

壁打ちのようなやりとり必要

——加須畜産に転職して「あぐり×ばんく」事業部をつくりました。どのような仕事ですか。

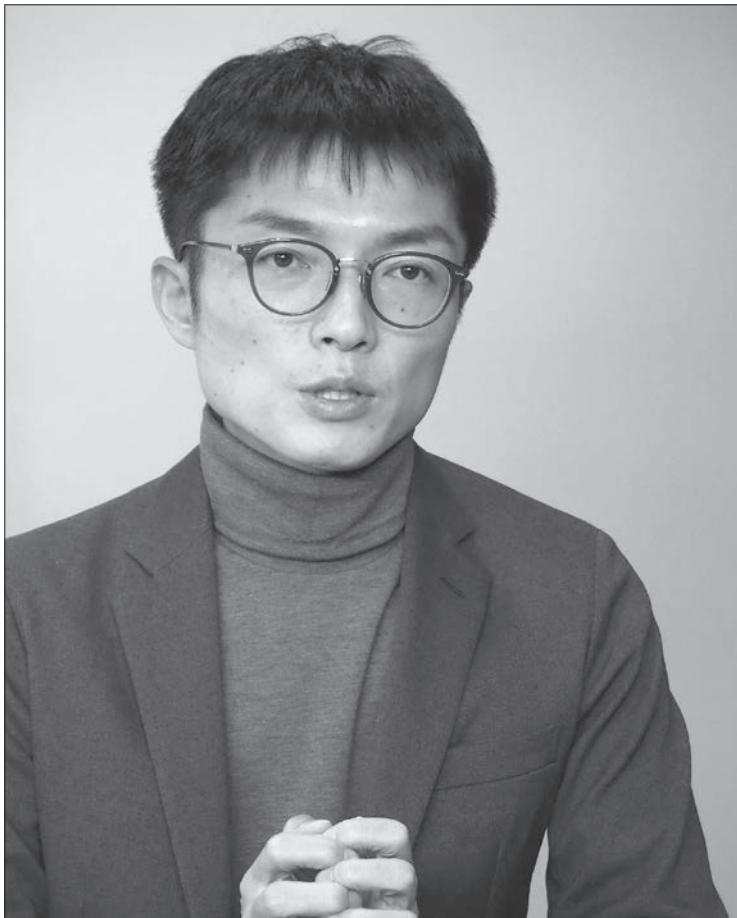
土屋 あぐり×ばんくは銀行ではありません。農家が困っていることを、一緒になって解決するための支援、言い換えれば伴走者としての役割を果たすことです。前職の銀行員のように手がけていた仕事の延長です。

「土屋さん、話を聞いてよ」農家からは、こんな電話が寄せら

れます。中身は資金調達のことであつたり、農産物の販路のことであつたりします。農業外の企業から「農業参入したいのだけれど、何から始めたらいいのかわからないな依頼もあります。農業に関する困りごと、私がつけているネットワークを生かしてビジネスを結び付けるお手伝いのような仕事です。

大切になっているのは、幅広い紹介先の情報を持つておくことと、農家の悩みに徹底的に寄り添うことです。持ち込まれた課題を私だけで一挙に解決することは難しい。テニスの壁打ちのように、農家と根気よくやりとりを続ける覚悟が必要です。

専門的知識も欠かせません。「これはA社に、あれはB社に聞いてください」では信頼されませんよ。



株式会社加須畜産CFOの土屋仁志さん＝加須市の本社で

地銀に16年間、そのうち農業を10年ほど担当していた経験から、融資に関する書類の書き方、農林水産業・食品業界で関連する企業の情報には自信があります。例えば、銀行員時代にはJAの職員さんも含めて、県内でいちばん数多く農業近代化資金申請をお手伝いしていたと自負しています。融資の煩雑な申請手続きを、自信を持ってアドバイスできます。

現在、あぐり×ばんくの活動で日常的に訪問しているのが8カ所。電話相談や案件ごとにかかるところを合わせると数十という規模です。相談を寄せる人は多いのですが、無理に数は増やしません。引き受けるのは原則として県内の方に限っています。農業の姿は地域で大きく異なります。他県からの相談では満足な対応ができない心配があるからです。

銀行員より実務に触れられる

「あぐり×ばんくは個人ではなくて加須畜産の事業なのですか。土屋 そうですね。あぐり×ばんくの売り上げはすべて会社が受け取りま

す。もし個人で受け取ると、どこまでが個人の仕事か会社の仕事を明確に仕切ることが難しい。その収入に私が依存すると、お金優先の行動になってしまう可能性がある。加須畜産の仕事にすることで地に足が着いた仕事ができるだろうと、会社の田口和寿社長と整理しました。農家などからの相談すべてで売り上げが立つわけではないのですが、私の仕事量の8割はあぐり×ばんく部門ですね。ただ、ネットワークが広がることで、会社にとっても長期的

農業金融のリスク判断難しい

「地銀では長年、農業の専門家でしたね。

土屋 窓口や融資担当など通常の営業部門に5年半いて、その後は退職までの10年半を農業支援のチームに属していました。銀行が農業部門に配属する社員を探していて、たまたま私が農学部を出ていたので選ばれたのでしょうか。

私は埼玉県の地元出身ですが、実家は農家ではありません。実は、大学の農業実習で苦しい思いをしたので、「卒業したら農業には絶対かかわらないぞ」と考えていたのですが…。不思議なものです。

Profile

埼玉県出身。41歳。明治大学農学部を卒業し、2005年に埼玉県の武蔵野銀行に入行。10年に農業チームに配属された。埼玉県内の農家支援に従事。農業向け融資の取り扱い実績は約500件、約100億円に達し、生産者や食品関連企業等のビジネスマッチングは累計1000件を超えた。20年に同行を退職し、加須市の加須畜産に入社した。上級農業経営アドバイザー試験合格者。

Data

株式会社加須畜産 かぞちくさん
 本社は埼玉県加須市で、社長は田口和寿氏。養豚業を営み、社員数は約20人。そのうち農場スタッフは16人。同市内と群馬県内に養豚農場を所有する。飼料を商系とJA系の双方から仕入れている。
 1973年に肥育農場を始めた。規模を拡大し現在母豚は約1100頭。76年以降、各種コンテストで農林水産大臣賞、県知事賞など多数を受賞している。2020年には農場HACCP認定を受けた。売上高は約14億円。

農業支援チームでの主な仕事は、新規の融資取引先を探すことでした。目標数字はけっこう大きかった。飛び込みで農家を訪ね「お金を借りてくれませんか？」と言うわけですが、当然、そんなに簡単に融資の実績にはつながりません。

銀行の側にも課題がありました。農業の実情がわからないため、農家から融資の申し込みがあつて本部の融資担当に申請しても、なかなか判断がつかないのです。農家の場合、年商以上の設備投資をすることもあります。銀行の判断基準ではそうした農業金融のリスクを取りにくい。

日本政策金融公庫資金の代理貸とか、農業信用保証制度の対象資金などは審査するうえで信用力が上がりませんが、一方で手間が掛かる。しかも畜産などの一部を除けば、一般企業向けの融資より金額は小さく効率は悪い。

仕事のタイムスケジュール観も違います。金融機関は1年に一度の決算で仕事が進みます。一般企業もそうでしょう。農業金融の場合、もっと長いのが当たり前。結果が出るまで5年、10年掛かることもあります。

——なぜ銀行が農業分野の金融ビジネスに参入してきたのでしょうか。
土屋 銀行業界を取り巻く環境が敵

しくなつて、新しい取引先を開拓する必要が出てきたからでしょう。農業分野はほとんど手つかずだったため有望ではないかと考え、全国の金融機関がこの分野に競うように参入しました。農林漁業金融公庫(当時)が、協調融資などを通じて地銀にノウハウを提供したことも地銀などの背中を押しました。

ただ、銀行は頻繁な人事異動があるので、農業金融の専門家を育てるのが難しい。2〜3年で農家と話ができるようになって、次の配属先ではまったく経験が生かせないことも多い。それでは人が育ちません。鹿児島銀行とか千葉銀行とか常陽銀行のように専門人材が定着したところもあれば、農業金融の陣容を縮小しているところも少なくありません。

農業参入の企業から相談

——銀行は新規融資だけを求めるべきではないと主張していますね。

土屋 融資を増やすことを主眼とするのではなく、まず銀行が農業の中に入り込んで積極的にネットワークを広げることが大切でしょう。銀行は川上の農業だけではなく、川下の食品製造や小売店まで幅広い業界に日常的にかかわっています。新しい販売先を探している農家の相談に対

して食品加工業者を紹介できます。これは農家にとつても利点です。

農業分野でネットワークを広げると、今度は川下の企業から「新しい仕入れ先を探している」という相談に応じられたり、農業への新規参入の相談を受けたりすることもできます。

「農業に参入したい」と県庁や市町村に相談に行つても、知らない企業だと最初は弾かれてしまうことも多い。しかし、銀行と一緒に順序立てて参入スキームを練り上げれば、行政機関から真剣に聞いてもらえるだけの信頼が銀行にはあります。

銀行員時代、ある大手企業から「中期経営計画で農業参入すると発表したので手伝つてほしい」と電話がありました。担当者がたまたま私のことを紹介したウェブサイトの記事を読んでも連絡してきました。勤務していた銀行は、その企業とは取引がなかったのですが、この相談を契機に取引が始められました。

金融機関は、どこも同じような商品を抱けていて違いが出しにくいですよ。そんななかで農業分野にネットワークを持っているというのは、特に地方に行けば強みになるはず。農業を起点としたさまざまな可能性が拓けるでしょう。

ネットワークをつなぐ際に気をつ

けるのが、業界や専門分野で異なる制度や習慣、言葉遣いをきちんと「翻訳」してあげることです。農業や企業、銀行との間で意思疎通の橋渡しをできる人材がどうしても必要です。

これを担う人材として公庫が運営する農業経営アドバイザーは適任でしょう。農業はもちろん、財務から労務、農業の幅広い知識を勉強して試験に合格しています。あとは現場で落とし込みをするとか、アドバイザーのネットワークをつないでいくなどの工夫を凝らして地域のつなぎ役に成長してほしい。専門の細かい話にこだわるのではなく、広い視点で交通整理をするような感覚です。

——農家が銀行のサービスを受ける利点は何か。

土屋 従来から農業金融の世界でJAが圧倒的に強かったのは事実です。銀行が加わったことで、農家にとって選択の幅が広がりました。銀行の取引先は多様で、従来とは異なる発想のサービスを期待できます。農家の運転資金の融資は銀行の方がメニューが多く、機動的だと思えます。

また、市町村や県域を超えるような大規模農家にとっては、地域JAの範囲に縛られない金融機関との取引は魅力的でしょう。

(ジャーナリスト 山田優)



Forum Essay

フォーラムエッセイ

「食べること」「かぶりものを作って楽しむこと」「走ること」

大ファンの長嶋茂雄さんの背番号「3」にちなんだ、私の大好きなこと三つです。なかでも、私の元気の源「食べること」が一番好きです。食べることは、私を心身ともに元気にしてくれます。そのおかげで、娘と一緒にかぶりものを作って楽しんだり、家族全員でマラソンしたり、充実した日々を送ることができるのです。

私は食べるものにはこだわりません。食べること自体が好きなので、何を食べても幸せなのです。ただ、食べるときに気をつけていることを一つ挙げるとしたら、みんなと一緒に笑顔で食べることです。それだけで、ご飯に魔法がかかって100倍も1000倍もおいしくなります。

金田家では、がんばらないといけないときに食べる勝負飯があります。それは「おでん」です。私は建築学科出身で、大学の課題にみんなを取り組むときは、いつも母がおでんを作ってくれました。おんなじ鍋の中で、一緒にお風呂に入るように仲良く時を過ごしてきたおでんの具たち、それを食べる私たちも、そりゃあ仲良くなります。きつと仲良くが伝染するんです！まさに「同じ釜の飯を食う」ってことです。だから、協力して課題も乗り切れたんだと思っています。それは、今も変わらなくて、先日テレビ番組で、家族で力を合わせてドミノ倒しに挑戦したときも、母が作ったおでんを食べたんです。もちろん見事成功しました。

食べる前、食べているとき、食べた後、私はいつも笑っているし、その繰り返しで毎日元気で笑っていられます。

そう思うと、私にとって、元気をくれる「食べること」は第二の母ともいえます。食事をするたびに、「第二のお母さん、いつもありがとうございます」と心の中で叫ぶのです。

食べること、最高です!!

F



声優
金田 朋子

かねだ ともこ
1973年神奈川県横浜市出身。関東学院大学工学部建築学科卒業後、大手菓子メーカー、百貨店、銀行勤務を経て、声優、役者になることを決意。2000年声優としてデビューし、「デジモンテイマーズ」「それいけ!アンパンマン」など多数出演。タレントとしても活躍し、数多くのテレビ番組に出演。

食は第二の母

「健康志向」と 「簡便化志向」上昇 「経済性志向」も 40%超えを維持

—消費者動向調査(2024年1月調査)—

今回の調査では、食に関する志向、普段購入している食品について懸念していること、有機農産物の購入などについて調査しました。

食に関する志向

3大志向はいずれも高水準

現在の食の志向は、前回に引き続き「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となりまし

食に関する志向は「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となりました。「健康志向」と「簡便化志向」は前回調査から上昇しました。「経済性志向」は前回からは若干低下となったものの、依然として高い水準にあります。食品を購入する際に懸念するこ

とについては、「食品価格」を気にする割合が最も高く、次いで「食品添加物」「食品ロス」となりました。有機農産物の購入頻度について、月に1回以上購入していると回答した割合は約6割となりました。また、有機農産物に対するイメージは、「健康によい」が約5割と最も高くなりました。

た図1・2。

「健康志向」は45・7%と前回の2023年7月調査から3・4ポ

イント上昇し、2半期連続での上昇となりました。年代別では30歳代を除くすべての年代で上昇し、20歳代は6・8ポイントの上昇、40歳代は5・9ポイントの上昇となりました。「健康志向」を選ぶ割合は年代が高くなるほど高くなっており、60歳代以上では半数を超えています。

前回最も高かった「経済性志向」は40・8%と、1・7ポイント低下しました。前回からは若干低下したものの、2003年に食の志向に関する調査を開始して以降、初めて2半期連続での40%超えとなりました。物価高の影響から、消費者の節約志向は依然として高い水準にあります。年代別では、20歳代で13・6ポイント低下と大幅に低下しましたが、その他の年代では前回並みの割合となっており、50歳代と60歳代では上昇しています。「簡便化志向」は38・2%と、前回から2・3ポイント上昇しました。「簡便化志向」の上昇は3半期連続で、2021年1月調査の37・3%を超え、過去最高値を更新しました。年代別では60歳代で8・0ポイント上昇と大きく上昇しました。「簡便化志向」は長期的に上昇傾向にあり、過去の調査と

比較すると年代が高い層にも食の簡便化ニーズが高まっていることがうかがわれます。

3大志向以外では、「美食志向」が14・6%と、3半期連続で上昇しました。一方で、「手作り志向」は13・4%、「国産志向」は11・2%と、2半期連続で低下しました。

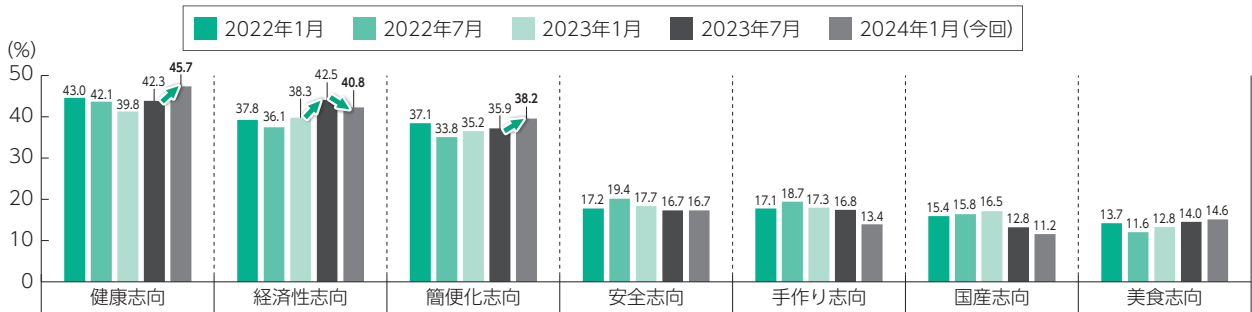
食料品を購入するときに原材料が国産品かどうかを「気にかける」割合は66・5%と、1・3ポイント上昇しました。年代別に見ると、年代が高くなるほど「気にかける」割合が高くなりました。

国産食品に対するイメージについて、価格が「高い」とする割合は61・5%と0・5ポイント低下しました。一方、輸入食品については、価格が「安い」とする割合は52・1%と、1・3ポイント低下しました。

国産食品の輸入食品に対する価格許容度では「割高でも国産品を選ぶ」割合は全体では1・5ポイント上昇し、52・2%となりました。一方で、「3割高を超える価格でも国産品を選ぶ」割合は0・5ポイント低下し13・8%となりました。また、「国産品へのこだわりはない」割合は1・9ポイント低下し15・8%となりました。

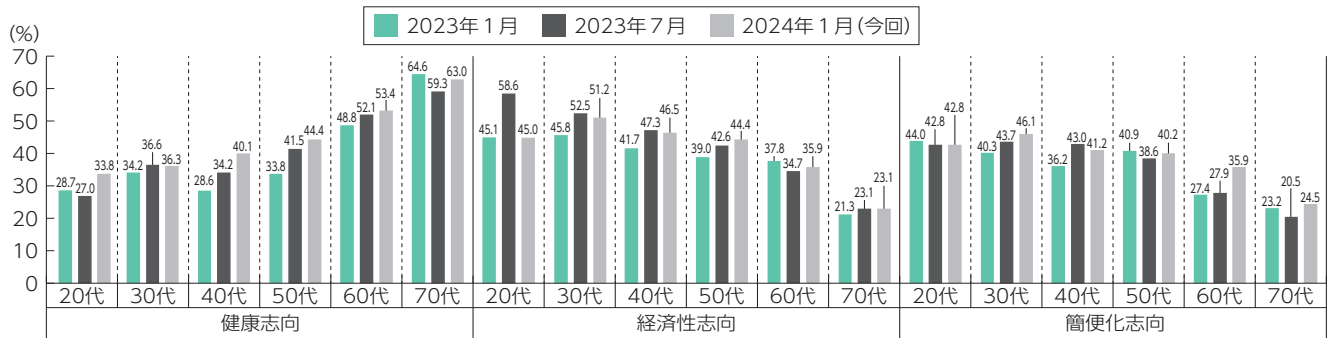
◆「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」はいずれも高水準

図1 現在の食の志向(上位)の推移／2つ回答



◆「健康志向」は年代が高いほど割合が高い傾向

図2 3大志向／年代別



◆ 国産食品、輸入食品ともに価格イメージは横ばい

図3 国産食品に対するイメージ

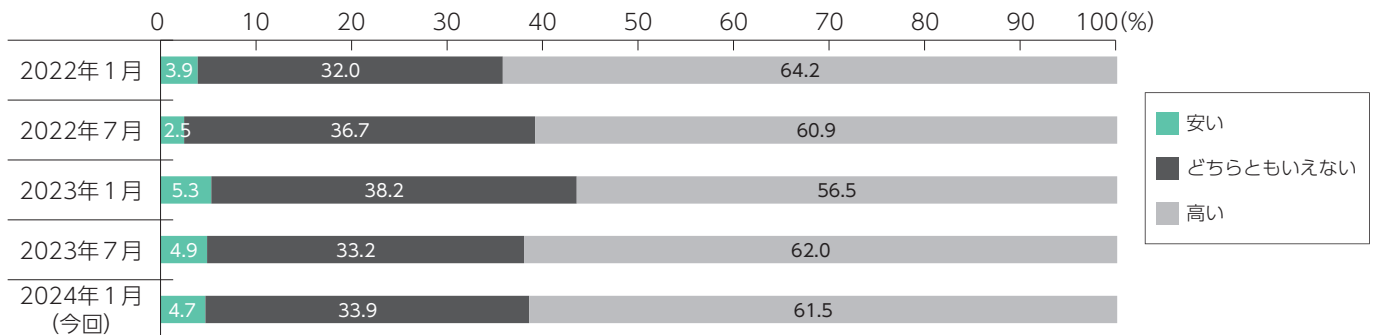
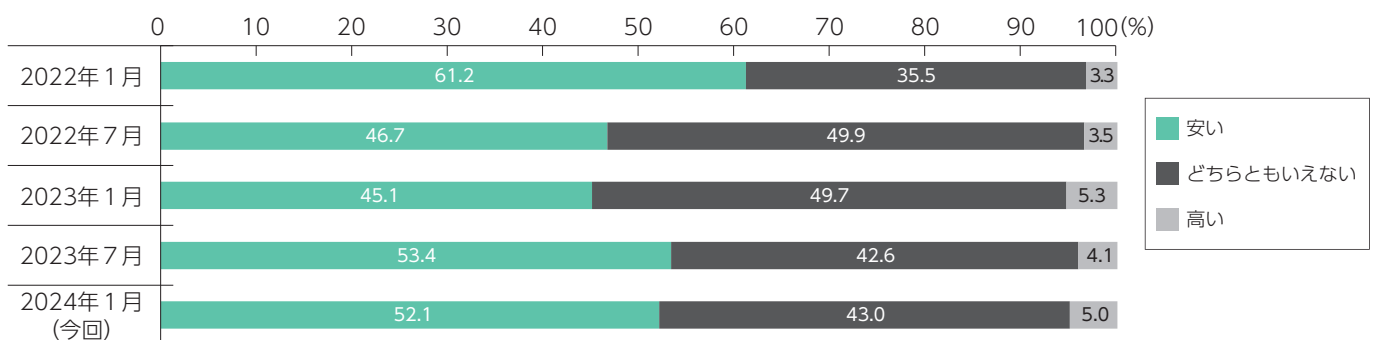


図4 輸入食品に対するイメージ



食品について懸念していること

最多の回答は「食品価格」

「普段購入している食品について懸念していること」を聞いたところ、「食品価格」が68・4%と最も高くなり、次いで「食品添加物」が34・8%、「食品ロス」が31・6%となりました【図6】。

年代別では、すべての年代で「食品価格」が最も高くなりました。20歳代から50歳代では次いで「食品ロス」「食品添加物」の順、60歳代と70歳代では「食品添加物」「食品ロ

ス」の順となりました。「食品添加物」は年代が高くなるほど割合が高くなり、70歳代では50・5%と半数を超えました。

その他の項目において、「残留農薬」「食品表示の偽装」は年代が高くなるほど割合が高くなりました。一方で、「食品ロス」については、おむね年代が低くなるほど割合が高くなりました。

有機農産物の購入について

70歳代は約7割が毎月購入

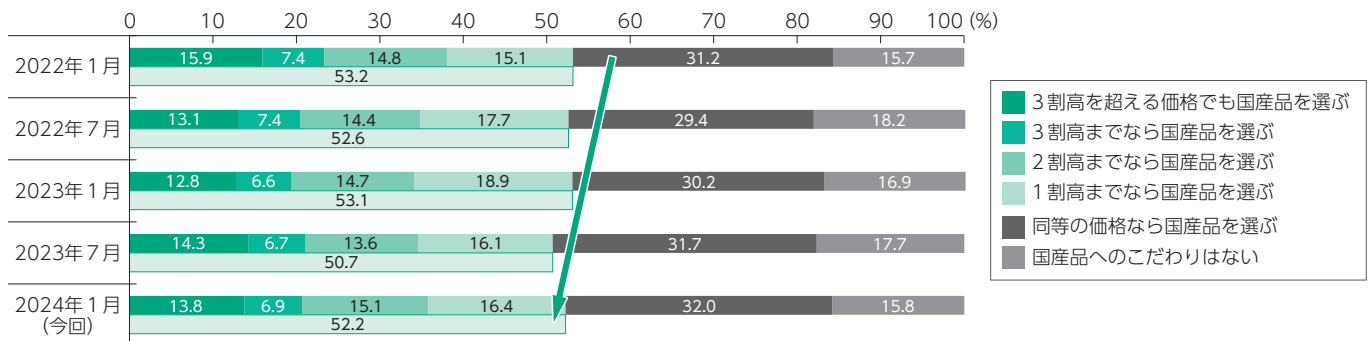
有機農産物の購入頻度について聞いたところ、月に1回以上購入していると回答した割合は56・9%となりました。年代別では、70歳代が69・8%と最も高くなり、次いで20歳代が59・0%、60歳代が57・7%となりました【図7】。

購入頻度が月に1回未満と回答した43・1%の方に、有機農産物

を購入するための条件を聞いたところ、「価格が今より安価であること」が51・5%と半数以上となり、次いで「身近で販売されている場所が増える」が29・0%、「有機農産物の表示が信頼できる」が21・3%となりました。また、「求める条件はない／購入したいと思わない」と回答した割合は21・0%と

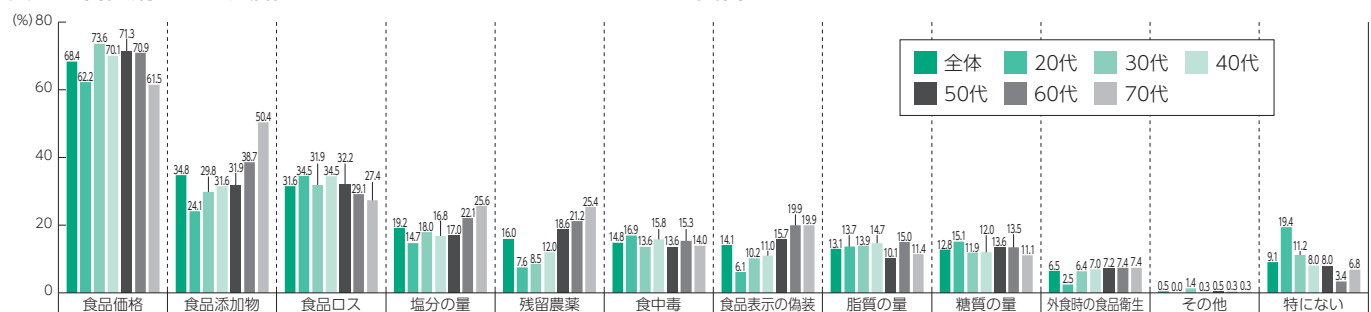
◆「割高でも国産品を選ぶ」割合は横ばい

図5 国産食品の輸入食品に対する価格許容度の推移



◆「食品価格」を懸念する回答が最多

図6 普段購入する食品について懸念していること／3つまで回答



消費者動向調査



【調査概要】

- 調査対象 全国の20歳代～70歳代の男女各1,000人
- 調査時期 2024年1月
- 調査方法 インターネットによるアンケート

注：図は四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。

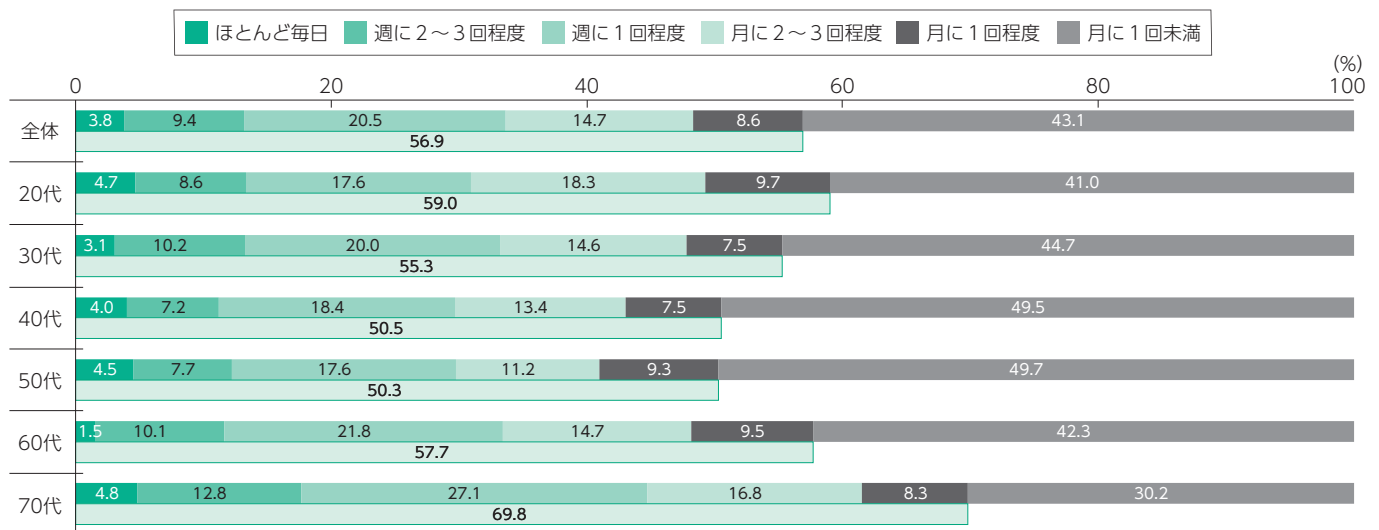
結果の詳細は日本公庫ホームページで掲載しています。
（情報企画部 黒川知洋）

「安全・安心」と回答した割合は70歳代、「環境に配慮している」と回答した割合は50歳代、「一般の農産物よりもおいしい」と回答した割合は20歳代が、他の年代よりも高い割合となりました。このことから、有機農産物に対するイメージは年代ごとに異なっていることがわかります。

有機農産物に対するイメージについて聞いたところ、「健康によい」が49・9%と最も高く、次いで「安全・安心」が45・3%、「環境に配慮している」が34・8%の順となりました（図8）。

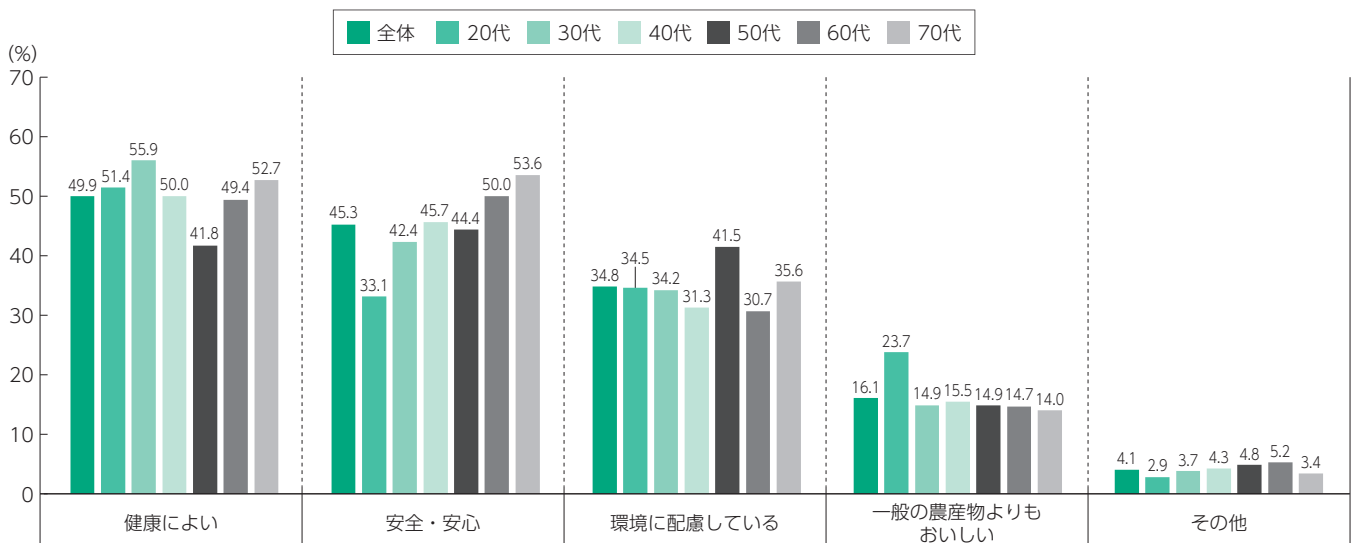
◆ 「月1回以上有機農産物購入」は70代、20代、60代の順で高い

図7 有機農産物の購入頻度



◆ 年代によって有機農産物へのイメージは異なる

図8 有機農産物に対するイメージ



不変の豊かさを体現する
オーブンファーム
新鮮なミルクを使用し
東京の町中で持続可能な
牧場づくりをめざします



磯沼杏さん

東京都八王子市
磯沼ミルクファーム
株式会社 Dairy & Farmy

72年続く牧場で生産されたミルクを使用
したヨーグルトやソフトクリームなどを作
り、カフェを運営しています。牛の飼育は、
アニマルウェルフェア(動物福祉)を取り入
れ、エサなど地域と連携し循環型農業を実
践しています。





p19: TOKYO FARM VILLAGE内のミルクスタンドで、「ジャージー飲むヨーグルト」を手に
 p20: 牧場への思いを語る杏さん(左上) 放牧場の先に町が広がる(右上) エコフィードの
 サツマイモの皮に我先にと集まる母さん牛たち(左下) 左からみるくカフェラテ、東京牛
 乳、自家製いちごミルク。ミルクスタンドの店内では瓶で提供される(右下)

都市部にある牧場

東京の新宿駅から1時間余りで到着する京王線の山田駅。駅から徒歩で5分、住宅地の傍らに、磯沼ミルクファームがある。ヨーロッパの納屋を思わせる土壁と大屋根の建物は、2022年10月に牧場に設けられた新店舗、TOKYO FARM VILLAGEで磯沼ミルクファームの新ゲートである。大きな木製のドアを開けて入ると、中は開放的でとても明るい。

「ここには、乳製品を楽しめるミルクスタンドがあり、磯沼牧場のミルクを使ったヨーグルトやソフトクリームなどを販売しています。地元の菓子店が運営するカフェレストランや新鮮野菜の直売スペースもあります」と話すのは磯沼杏さん(31歳)。

いずれ磯沼ミルクファームの3代目となるはずだが杏さんは、23年10月に販売部門として設立した「株式会社 Dairy & Family」の代表取締役に就任、新店舗の運営を担う。スタッフへの指示や業者との打ち合わせ、イベントの企画などの中間にはお店に出て、お客さまへ商品の説明や牧場への案内もおこなう。

磯沼ミルクファームは、1952年に祖父が創業。現代表の2代目・父の正徳さんの時代には、農家の廃業や農地の宅地化が進んだ。

「アパートにして稼ぐほうが理には適っていたんでしょうが、牧場を残したいとい



フリーバーン牛舎で自由に動く牛たち(左) 左から、ジャージー飲むヨーグルト、ジャージープレミアムヨーグルト、クリーミーな天使のほほえみプリン。ジャージープレミアムヨーグルトは、最良の乳牛1頭のミルクを使う。ふたに牛の名前入り(右上) 「かあさん牛のヨーグルト工房」の前で。TOKYO FARM VILLAGEができる前は、ここでヨーグルトを販売していた(右下)

う父の強い意志とロマンがあり、絶え間ない努力と、周囲の方々の支えのおかげで、昭和、平成、令和とつなげてこられた。それこそが大きい価値だと思います」

大学は農学部に進学した杏さんだが、当初は酪農を継ぐ気持ちは皆無だったという。ところが、20歳の時に、八王子駅の商業施設内のアンテナショップに関わり始めたことが転機になったという。

さらにコロナ禍の時には、遠出ができない家族連れがここを訪れてくれた。「予想に反するにぎわいで、自然や生き物に触れ合える環境やマイクロツーリズムに対するニーズが高まっていることを再認識しました」

循環型農業に取り組み

広いテラスの向こうには、広々とした原っぱがあり牧場に続いている。

「放牧中の牛たちは、丘の中腹にいます。少し歩きますけど行きましよう」

なだらかな丘を下ると、放牧場で寝そべっている牛や羊が人懐っこく寄ってきた。牛舎はさらに下った所だ。生まれたての牛もいる子牛小屋には、誕生日が記されている。その隣には、育成舎と成牛舎がある。牛たちはつながれず、自由に歩き回ったり、リラックスして横になったりできるフリーバーン牛舎だ。

「磯沼牧場では、アニマルウェルフェア(動物福祉)を取り入れて、ストレスをできるだけ少なくして、健康的な生活ができるよう



大人気のソフトクリームの注文にこたえるスタッフ
(上) TOKYO FARM VILLAGEの明るい広場サイド
(下)

な飼育方法をめざしています」と杏さん。
命あるものとして尊重された生活を送る
ように配慮されているのだ。

搾乳牛たちがいる成牛舎に近づくと、牛
たちの熱気が充滿してにぎやかだ。近所の
豆腐屋さんが大量のおからを運んでいる。
「モー」「ウーウ」と二斉に声をあげる牛た
ち。しばらくすると、スイートポテトを作っ
ているお菓子屋さんからサツマイモの皮も

届いた。袋から取り出すと、今度はそちらへ
集まっていく。

エサは干し草が基本だが、磯沼牧場では
エコフィードを積極的に取り入れており
ビール粕やおからの他、野菜工場から出る
キャベツの外葉やパイナップルの皮なども
飼料に組み込んでいる。

捨てれば産業廃棄物として廃棄コストが
かかるし、燃やすにもエネルギーがかかる。

「牛への給餌で無駄の削減となり、さらには
牛乳という人間にとって栄養価の高い価値
あるものに変わるのです」と杏さん。

牛糞の堆肥は地域の農家に使ってもらい、
循環型農業に取り組んでいる。

この牧場には、6種類、総勢90頭近い牛た
ちがいるのに、匂いがほとんどしない。近く
の工場で出たコーヒーマシンの搾りかすやカカオ
の外皮を、牛の寝床に敷いているという。

成牛舎のそばには、「かあさん牛のヨーグ
ルト工房」がある。30年ほど前に正徳さんが
建てた工房で、乳製品作りを始めることも
に、乳搾りなど酪農体験を発信し地域に開
かれたオープンファームへと事業を拡大。
地域との共生をめざしてきたという。「この
工房があることで、牧場での体験価値がも
う一つ増えたんです。ただ牛を見るだけで
はなく、ここで生産されたものを口にする
ことができるようになりましたから」と杏
さんは語る。

自然ファームとしての場

大学で農業経済学を修めた杏さんは、都
市農業はじめ、現代の農業ではどういうコ
ンテンツが脚光をあびているのかを学んで
きた。そのなかで、常に頭にあったのは、自
分の家だったらどうだろうということだっ
たという。卒業論文では、牧場に保育所を併
設した場合について考察したそうだ。牛や
動物が人と共存する牧場に加えるべき価値
を、常に模索していたのだ。

父にとってはヨーグルト工房が一つの大き
きな転機だったように、「これからは町の中
にあつてお客さまが対価を払う価値がある
牧場かどうかを認識してもらおうこと。それ
が大事なことだと思っております」。その答えが
新店舗建設の発想へと至ったのだ。

新築にあたって杏さんの初体験の一つは
資金調達で、取引がある各金融機関との交
渉だった。地元信用金庫にはセミナーや
イベントの案内など地元ならではのアドバ
イスを多々受けた。

「ちょっととした困りごとにも、とても親身
に対応してくれるので、感謝しています」と
杏さんは言う。つい最近も、人材採用につい
て相談したそうだ。

「地元で育つてここで仕事をしたいとい
う人を採用したいと思いましたが、大手の
就職サイトに求人をかけても見合わない。
地元に取り先を持ち地域の情報に詳しい信
用金庫さんに、地域での就職斡旋の手立て
を考えてもらえたらいいと思いました」

磯沼ミルクファームは家業として受け継
がれてきたが、公共の財のような側面もも
つのではないかと考えるようになった。地域
の人々が、日々の暮らしのなかで、不変の豊
かさを感じられるファームをめざしていく
ことが大事なのではないだろうか――。

『磯沼ミルクファームが、ここにあつて
よかった』そんなファンを、いかに増やして
いくかが、自分の課題だと思えます」

(片柳草生／文 藤井 大介／撮影)

島根大学生物資源科学部農林生産学科
准教授

森佳子



● もり よしこ ●
1972年生まれ、島根県出身。99年京都
大学大学院農学研究科博士後期課程単
位取得退学。日本学術振興会特別研究
員・島根大学講師を経て現職。京都大学
博士(農学)(2002年)。主な研究は「6
次産業化に取り組む農業法人の財務・資
金管理に関する研究」(『農業経営研究』
57巻3号、2019年、59-64頁(共著)など。

農

協を除く民間金融機関の農業参入が進み、農業融資をしていない地銀はないといわれるほどだ。背景には農業を取り巻く環境の変化がある。まず、資金の主な借り手である農業法人の大規模化・企業化が進んだ。また、貸し手の民間金融機関は地域企業への融資が細るなか、農業ではABL(動産担保融資)や協調融資といった制度改革で、融資しやすい環境が整った。民間金融機関は農業をフードシステムの一部分と捉えており、農業法人に販売先として食品加工企業を紹介するなど、融資以外の支援も強化されている。

しかし、目覚ましく成長する農業法人がある一方で、近年は農業法人の倒産や破綻、廃業が散見されるようになった。大手農業法人の倒産は、地域社会に与える影響が大きい。倒産法人を財務面から明らかにすることは政策的にも学術的にも重要だろう。だが、農業法人の倒産の実態を示す政府のデータはない。

そこで2021年度から民間調査会社の協力を得て、農業法人の倒産年度とその前年度の2期分の決算書を基に分析し、倒産法人へのアンケートや聞き取り調査を通じて倒産の実態や特徴を探った。22年度からは、倒産せずに経営を続けている「存続法人」を含めて比較・分析した。

なお今回の分析対象は81戸で、いずれもコスト削減に取り組み、経営の合理化のために意欲的に努力している、規模の大きな先進的法人経営である。うち20戸が倒産、61戸が存続している。

調査の結果、倒産の意外な実態が浮かび上がった。一般に倒産は収益が減り赤字経営に陥るか、財務的に行き詰まったというイメージだが、営業利益が出ているにもかかわらず倒産する農業法人が一定数いることが判明した。原因はキャッシュフロー(資金収支)の悪化だ。いわゆる黒字倒産に近い。倒産法人に共通するのは前年度から倒産年まで2期連続して負債、特に短期負債が急増する点だ。融資額も

増えるが、取引先から支払期日の短縮を求められるなどで、資金繰りに行き詰まる。存続法人と比べると、キャッシュフローの悪化は歴然としている。

もつとも、存続法人の中にも収益性や安全性で、倒産法人よりも指数が悪いグループは存在する。地域性もあるだろうし、さらに精査する必要があるが、すべての農業法人の経営が安泰とは言えない。

で は、倒産に追い込まれたきっかけは何なのか。倒産法人に「倒産へのターニングポイントは何だったか」と聞いたなかで、「6次産業化」という回答が目を引く。農業法人にとって、6次産業化のための工場や機械などの設備投資は小さくなく、慎重な判断が迫られる局面だ。

投資資金を回収するために収益を上げようとするが、期待通り売り上げが伸びずに経営は苦しくなる。逆に商品の販売が伸びすぎ、原材料の調達がい付かなくなるケースもある。売れすぎて自社農場で生産する原材料が間に合わず、自社と同品質の原材料を他法人から調達するとコスト的に厳しくなる。6次産業化とは経営学的にいえば、経営の多角化だ。多角化は事前に入念な計画を練る必要がある。

ブームに乗って何となく手を出してもうまくいかない。6次産業化を成り立たせるには、民間金融機関の支援が一層重要になる。

そこでまず、農業法人はどんな金融機関と取引しているかを調べた。61の存続法人を対象にした調査では、取引金融機関数は平均4.6件。民間調査会社の農業法人の評点(100点満点)を4段階に分けて取引金融機関を分析すると、評点が高くなるほど農協や日本政策金融公庫の取引割合が減り、農林中央金庫や信用金庫、信用組合が増えている。評点と関係なく、取引法人数がまんべんなく多いのが地銀や第二地銀だ。各評点段階とも3割を超す農業法人が取引しており、地域を代表するような農業法人は「地銀がメインバンク」というところが多い。

こうした農業法人が金融機関に期待するのは、継続的な支援だ。融資だけでなく、継続的にコンサルティングやマッチングなどでフォローしてほしいと思っている。財務諸表などハード情報に対し、ソフト情報は継続的なつながりがないと構築できない。民間金融機関にはきめ細かい支援が求められている。(談)

経営存続の鍵は資金繰りの維持 金融機関に求められる継続支援

ぶり 食探訪

地球の街から
ダイデスハイム



先付けの5点盛りと2009年物のゼクト



ヨゼフビファー醸造所の地下セラーにて。経営者の徳岡史子さん

本格的な和食とドイツワインのペアリングを楽しめるレストランがあると知り、2023年10月、ドイツ西部有数のワイン産地プファルト地方に足を運んだ。フランクフルト空港から車で1時間ほどのブドウ畑に囲まれた小さな村ダイデスハイムに、日本料理店「fumi」はある。

基本はコース料理で、1品ごとに相性のよいドイツワインが提供される。この日の先付けはブドウの白和えや牛きんぴらなどの5点盛り。ペアリングワインとして2009年物のゼクト（スパークリングのドイツ呼称）が注がれた。ダイデスハイムは春夏にワイン

を楽しみながら滞在できる観光地として人気のようだが、訪れたのはシーズン終わりの平日。明かりを落とした落ち着いた雰囲気の中で、複数組の客が談笑していた。

2品目は海老しんじょうとロゼ。3品目はスズキの塩焼きと07年物のリースリングと続いた。ペアリングの妙につられ、普段よりも早くグラスが空いてしまう。淡泊な魚介と白ワインの取り合わせがよいことは知られている。素材の味を生かそうとする日本料理と、ドイツの得意なリースリングなどの白ワインは確かに相性がよい。fumiは熟成ワインにこだわっている。「ワインは時間を経る

とうまみのようなものが出てくるイメージがある。それが和食とマッチする」とは、ペアリングを決めている店主の徳岡史子さん。

徳岡さんの「本職」はワイン醸造家だ。1879年創業のヨゼフビファー醸造所の名前を引き継いで2013年に開業。その際に旧ビファーの蔵に眠っていたワインを大量に引き受けた。旬を過ぎて市場に出せば買ったたかれるが、熟成された豊かな味わいがあった。

「本当はいい子（ワイン）たちばかりなのに、認めてもらえない。レストランというかたちでならよい側面を出せる」と徳岡さん。ワインありきで、それに合った料理を提供することに。「（熟成には）大きな波がある。去年までふさぎ込んでいた子が、今年栓を開けてみると、

すごくよい面をアピールしている」と熟成ワインの魅力を語る。レストランは近隣の都市部の客を呼び寄せ、開業から11年目を迎えた。

さて、肉料理を挟み、コースの最後に提供されたのは超完熟ブドウで作る甘口ワインの一種ベーレンアウスレーゼ。こうしたワインは、収穫を遅らせて糖度を高めるため希少だ。近年は天候が読みづらくなり、一層栽培が難しくなっているという。凍結果実でつくる「アイスワイン」は存続自体が危ぶまれている。ほろ酔い気分から、甘い現実には引き戻された。

徳岡さんのワインを飲んでみた一方は、日本のコンビニやスーパーのドイツワインを手にとつてラベルを調べてみてほしい。ヨゼフビファーは日本輸出に力を入れており、探すのは難しくないはずだ。もともと、旧ビファーの熟成ワインは、ダイデスハイムでしか味わえない。ワイン付きのコースはおよそ100ユーロから。

和食とドイツワインのペアリング

山本 拓也

時事通信社ベルリン支局

やまもと たくや
1986年鳥取県生まれ。京都大学大学院人間環境学研究所卒業。時事通信社では徳島支局、社会部、外経部を経て、2022年12月からベルリン支局。ドイツや東欧の政治・社会情勢全般を担当。ラーメンに目がない。

ゼロエミッション農業をめざす

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構
農業環境研究部門 気候変動緩和策研究領域 緩和技術体系化グループ長

須藤 重人

農業は環境に優しいと思われていますが、残念ながら多くの温室効果ガスを排出しているのが現実です。2020年10月には、政府が温室効果ガスの排出を50年までに全体としてゼロにするカーボンニュートラルをめざすことを宣言しました。そこで、われわれの取り組みでは、CO₂の排出を実質ゼロにする「ゼロエミッション農業」の実現に向けて、農業の生産性向上と温室効果ガス削減を両立するための技術開発と、その営農モデルの普及拡大をめざしています。

具体的には、温室効果ガスの削減が困難な部分について、クレジットを購入し相殺するカーボンオフセットの技術を開発しています。農研機構が開発した「温室効果ガス3成分同時分析計」でモニタリングしたデータを基に、温室効果ガス排出削減・炭素吸収の効果が実証された栽培方法が、J-クレジット制度の新しい方法論として認証を受けました。炭素貯留の有効な方法であるバイオ炭の普及拡大を促進する研究や、水田の中干し期間延長によるメタン抑制技術などを開発し、社会実装を進めるべく取り組んでいるところです。

例 えば静岡県産の農業法人では、耕作放棄した茶の木を炭にし、堆肥などと組み合わせることで土壌改良効果の高い「高機能バイオ炭」を作る構想が進行しています。また、宮城県産の農業法人では、冬に田に水を張ることに伴うメタンガス発生量の変化を調査中です。2023年9月には、民間企業、地方自治体などと連携し、農林水産分野での温室効果ガ

ス削減をめざす団体「グリーンカーボンオフセットフォーラム(GCOF)」を設立しました。測る(評価)・作る(営農)・売る(価値)をベースに、どのようにビジネスにつなげていくのかを考え、ゼロエミッション農業の方法を確立します。

今後、地方自治体の掲げるゼロエミッション宣言の取り組みを活用し、地域のJAや大規模な農業法人などとも連携して、起業および事業展開をめざします。カーボンクレジットの取り組みを支援することで、単にクレジットの販売による収益が得られるだけでなく、環境に配慮した農産物としてのブランド価値向上など、地域や農業者にさまざまなメリットをもたらすことができると私たちは考えています。



水田におけるメタン排出量観測

Profile

すどう しげと
1965年神奈川県生まれ。東京大学大学院理学系研究科化学専攻博士課程修了後、科学技術特別研究員を経て農林水産省入省。独立行政法人農業環境技術研究所職員などを経て2021年4月より現職。専門は、農耕地から発生する温室効果ガスの削減手法開発。博士(理学)。

シリーズ

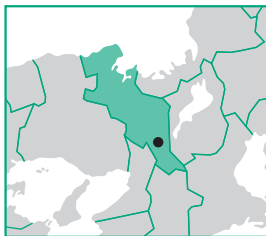
新・農業人



オリジナルブランド商品を次々と開発
「カッコいい農業」で農業界を震撼させる

ロックファーム京都株式会社

村田 翔一 さん



所在地 ● 京都府久御山町
 設立年 ● 2019年
 経営規模 ● 九条ネギ10ha、ホワイトコーン5ha、
 黒枝豆1ha、イチゴ20a
 従業員 ● 約30人(研修生およびパートタイマーを含む)
 U R L ● <https://rockfarmkyoto.co.jp>



妻の村田玖美さんと。「あざといちご」は主にイチゴ狩りで提供しファミリー層を取り込む(左)「京都舞コーン」は購入希望者からの問い合わせが絶えない(右上)販売会社「京葱SAMURAI株式会社」の仲間の河村嶺さんと(右下)

負けず嫌いの経営者

「できひんって言われたらやりたくなんですよ。負けず嫌いというか、子どもなだけなんです。」

自身の性格について笑顔で話すのは、ロックファーム京都株式会社の社代表の村田翔一さん(38歳)。2019年1月に設立された同社は、「農業をカッコよく」をコンセプトに、次々と新しい事業に取り組んでいる。社名の「ロックファーム」には、それまでの屋号である「村岩農園」の「岩」の意味のほか、「(これまでの農業を)震撼させた、揺るがしたい」という村田さんの熱い想いが込められている。

今ではグループ全体で従業員30人を抱え、主力の九条ネギだけで10畝を超える経営面積へと拡大した。さらに新しい品目と自社ブランドの展開にも取り組み、「京都舞コーン」と名づけられたホワイトコーンは、直売所に出せば50畝を超える大行列、オンラインショップでは入荷待ちとなる人気商品だ。他にも五つの品種を組み合わせて、異なる味わいを楽しめる自社産イチゴのブランド「あざといちご」も、収穫時期によって見た目や味が変化する黒枝豆「麻る美」などを世に

送り出している。

さらに村田さんは、府内の若手農業者仲間と立ち上げた「京葱SAMURAI株式会社」の代表も務める。九条ネギをはじめとした京野菜の販売部門を同社に集約し、まとまったロットを確保することで販売力の強化を図っている。

消防士から農業の道へ

村田さんの祖父と父は兼業農家だった。子どものころから農業が身近にあっても農業を継ぐ気持ちはなく、むしろ「農家の息子」であることにコンプレックスを感じていた。学生時代に実家の農業を手伝ったのも、他のアルバイトより条件が合っていたからだ。

当時、村田さんのネギの作り方は「めっちゃ下手」だったという。負けず嫌いの性格のため、ネギの出来が他と比較して目に見えて悪いことが悔しく、村田さんは地元先輩農家に教えてもらいながら技術を磨き始めた。

大学を卒業した2008年、村田さんは地元で消防士となった。消防士を志したのは同級生が多かったこと、村田さんの父親がなりたかった職業であることが理由で、必ずしも自分のやりたい仕事

というわけではなかった。

消防士の勤務体制は、1カ月のうち10日勤務、10日非番、残りは休みというサイクルだった。これはとても農業と相性がよく、村田さんは仕事の合間に実家の農業を手伝う時間が増えていく。

14年ごろから父親も村田さんに農作業を任せるようになり、村田さんは農業と真剣に向き合い始める。売上高も年2000万円、3000万円規模となり、自分の努力が売上や利益として積み上がったっていくことの面白さや、ネギがうまくできたときの周囲の好意的な反応がうれしく、「ゲームのような感覚でどんだんのめり込んでいったんです」(村田さん)。

消防署にいても農業のことを考えてしまうほど就農を意識するものの、あと一歩踏み出せない時期が続いた。このとき、インターネットで検索して出てきた農業コンサルティング会社に思い立って相談の電話をかけたことが転機となる。たまたま電話に出たのは会社の副社長で、2時間ほど村田さんの話を聞き「そんなに悩んでいるなら、参加してきたらいい」と紹介されたのが、日本農業法人協会主催の「次世代農業サミット2017」

だった。

このサミットには全国から農業経営者が集まっており、地元の農業者しか知らなかった村田さんは衝撃を受ける。普段は同業者と天気の話などしか交わしてこなかった村田さんは、彼らの話にまったくついていけないことにも愕然とした。しかし、「人生で初めて『こんな人たちになりたい』と思える目標ができた」イベントとなった。

またこのとき、売上高5000万円程度の規模に到達していた村田さんは、参加した他の経営者に「片手間での経営はすごいな」と驚かれた。このことで、今まで自分のやってきたことが間違いではなかったと自信もついた。

次世代農業サミットを経て就農への思いを強くした村田さんは、京都府の補助事業を利用し、中小企業診断士の経営診断を受けた。診断士からも「経営の数字は悪くない」と太鼓判を押してもらい、「心の中ではもう決まってるんやろ？」との一言で、村田さんはつい

に就農への決意を固めた。親や先輩農家からは「農業は稼げない。独立はやめておけ」と反対されたが、妻の玖美さんだけは二つ返事で賛成だった。玖美さんの



栽培技術を長年磨いてきた主力商品の九条ネギ

後押しもあり、村田さんは消防士を辞めて18年に就農。今度は本気でやりたいと思える仕事だった。

「任せる姿勢」が奏功

独立時の経営課題は販路開拓だった。当時は地元の野菜カット工場にほぼ全量を卸していたが、それ以上の取引量拡大は難しく、新しい販路の開拓が急務だった。そして、村田さんが営業に専念するためには、生産を任せられる人材が必要であった。

人材を募集するにあたり、村田さんは「自分が応募したくなるような会社じゃないと、いい人材は来ない」と考え、2019年1月に会社を設立。自社のコンセプトで

ある「カッコいい農業」を前面に出したホームページを作成した。すると40人以上から応募があり、そこから3人を19年4月に採用する。

村田さんは、自身が実践を通じて技術を磨いてきたこともあり、3人にも同じように実践から学んでほしいという思いがあった。そこでこの3人にネギの生産を任せ、村田さんは営業に奔走した。要所要所では指導をしていたものの、「売り上げが半減してもいい」と覚悟を決めていたという。しかし、この任せる姿勢が新社員の心に火をつけ、結果としてこの年は生産量が増加。村田さんの販路拡大の成果もあって、売り上げも前年から増加した。



現在は組織づくりに力を注ぐ。写真中央は広報担当の下村なつみさん

自社ブランドの開発秘話

ネギの生産体制が整ってきたころ、連作障害対策としてホワイートコーン（スイートコーン）の栽培を開始した。久御山町ではネギの後作といえば水稲が主流だが、ロックファーム京都にはノウハウも機械もないので、同じイネ科で村田さんの親戚が栽培していたホワイートコーンを選んだ。当初は親戚のブランドで販売していたが、スイートコーンの直販で行列ができるほどの人気を誇る静岡県の農業者を見学したことをきっかけに、同社でも直販を始めることにした。

村田さんはまず、「売れるマーケットがあるか」という点に着眼した。ネギ栽培で培った土づくりの技術を生かした高品質なホワイートコーンの生産には自信があった。

しかし、町内には別のホワイートコーン生産者もおり、普通に販売すれば競合することが目に見えていた。そこで村田さんは発想を切り替え、独自ブランドをつくり、マーケットそのものをつくってしまおうと決めた。

商品のネーミングは玖美さんやその友人、パート従業員と話しながら考えた。複数候補を考えたなかで評価が高かったのが、京都の舞妓とかけた「京都舞コーン」だった。発売初年である2019年の売り上げは伸びなかったものの、小規模なテストから始めたことでリスクを抑えた。翌年にはメディアで紹介されて人気が急拡大。今では作ったら作っただけ売れるほどの商品となった。

京都舞コーン以外にも21年には「麻ろ美」、22年には「あざといちご」と次々に自社ブランドを開発している。特にあざといちごのイチゴ狩りは、最大で一日2000人が農園を訪れるほどの人気だ。イチゴ狩りは親子連れの客が多く、

これまでとは異なる新しい顧客層へのアピールにもつながっている。

さらなる拡大に向けた組織づくり

急成長中のロックファーム京都では現在、組織づくりが大きな課題となっている。

最初に入社した3人をはじめ、複数の社員が独立就農するために退社した。農業人材を輩出できた一方、自社での人材定着やノウハウ、技術の蓄積が進んでいない。

今後の経営の方針として「今いる従業員で最大限の仕事をしていこう」と社員に伝えている。そのため全体としての生産性や効率性を重視している。2023年の秋にはそれまで達成できなかった収穫量の目標を達成し、これがきっかけとなって社内の雰囲気も変わってきているという。

また、組織体制の変革にも取り組んでいる。ロックファーム京都は自社ブランドを形成してBtoCの事業にも取り組んでいるため、ブランディングやPR、接客販売を担う人材が必要になる。これまでも同社では農業事業部、営業販売部など、機能別に部署を設置していたが、縦割りが進むと横の連携が難しくなり、かといって村田さ

んが口を出す指示が混乱し、うまくいかないことがあった。

そこで24年2月に組織を一新し、生産から販売までで1部署、いわゆるバックオフィス業務で1部署の合計2部署に整理した。組織のラインがシンプルになり、部長を中心に生産から販売まで一貫性をもって見られるようになった。村田さんも指示は部長を通じて出すようにしており、現場での不要な混乱が抑えられている。

「24年は勝負の年になる」と村田さんは話す。組織づくりの課題に対して一定の取り組みを進め、その成果も出始めている。ここで進化できるかどうかは会社としての命運がかかっているという。しかし、そこに悲壮感や焦燥感は見られない。それができるだけの人材がロックファーム京都には集まっているという自信があるからだ。また、村田さんも「自分が視座を高く持っていたら、いずれチャンスが訪れるかな」と常にポジティブに前を見据えている。

ワクワクするような「カッコいい農業」の「ロック」な取り組みはまだまだ続く。

（農林中金総合研究所

長谷 祐／文 蛭子 真／撮影）





地域金融機関としての役割 栃木県の農業を支え続ける

栃木県宇都宮市

栃木銀行 法人営業部

金田 和久

栃木県の農業

栃木銀行が本店を置く栃木県は、首都圏から近いにもかかわらず、農業産出額が全国9位、農業産出額271.8億円、2022年農林水産省(まとめ)の農業県です。特に有名な農産物として「イチゴ」がありますが、それ以外にもシェアを担っている品目があります。意外に思われますが、実は「生乳」産出額が北海道について全国2位であり、酪農が盛んな県でもあります。県北部は水稲などの作物を育てるには不向きであり、地形が台地であること、また首都圏の消費地に近いことから酪農が盛んになりました。当行が地域金融機関として以前から酪農とのつながりが強く、農業分野に力を入れてきた理由の一つです。

10年、栃木県は農業と食品関連産業を組み合わせた産業クラスター構想の一環として、「フードバレーとちぎ」を創設しました。当行は、経営

理念である「豊かな地域社会づくりに貢献する」の考えに基づいてこれに賛同、本格的に農業分野支援に着手することになったのです。

当行で毎年、創業者の事業化支援、販路開拓支援を目的に主催している「ビジネスプランコンテスト」においても、第8回となる23年度には、ファイナリスト5人のなかに農業従事者が残るなど、農業ビジネスも注目されてきています。われわれは農業が重要産業であると位置付け、当該産業が抱えている問題を解決・克服するために力を入れて取り組んでおります。

事業承継問題への対応

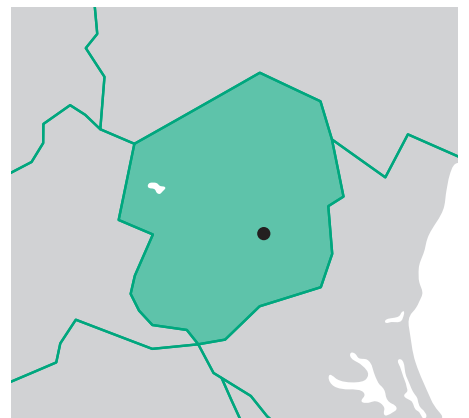
栃木県のみならず日本全国において「担い手不足」「後継者不在」の問題が思い浮かびます。農業従事者の高齢化も例外ではありません。

その半面、新規就農を希望している若者や農業分野への新規参入を検討している企業は以前より増加しており、特に企業が別事業として農

業への参入を考えると、農業分野に力を入れている当行に相談するケースが多くなっております。

農産物は生育品目により生産や流通のプロセスが異なることから、銀行業務を効率的に運営することを目的とした営業店のみでサポートすることが困難なため、当行法人営業部に農業専担者を配置し、各種関係機関の協力を得ながら新規就農のサポートをおこなっております。

それでも担い手不足の解消には程遠いと言わざるを得ません。そこで当行では農業分野のM&Aにも力を入れております。最近でも露地野菜を生産している事業者から事業承継に関する相談があり、解決策の一つとして規模拡大をめざしている事業者への橋渡しをおこない、双方の抱える課題を解決することができました。当行に持ち込まれている農業分野におけるM&Aの情報はまだ少ない状況ですが、実際にはより多くのニーズがあると推測され、日々農業従事



者の声に耳を傾けて活動しております。

酪農から学んだ農業ファンド

冒頭で申し上げましたが、栃木県は酪農が盛んな県であるため、必然的に当行は酪農従事者と接点が多い状況にありました。そのような環境下で地場の農業協同組合と提携し、銀行の強みであるファイナンス部分と農協の強みである独自の専門知識を融合させて、家畜(動産)を担保とする「組合員向け小規模動産担保融資商品」の取り扱いを2013年に開始しました。これは当行行員の酪農に対する知識と関心を、より一層高める副次的効果をもたらしました。

また、これら酪農を中心とした支援の実績と、農業が代金回収まで時間がかかる、気候なども関係してキャッシュフローが安定しないという特徴に鑑み、出資を通じて成長を支援する「とちぎん農業法人ファンド」を15年に立ち上げました。同ファンドは当行の関連会社である、とちぎんキャピタル&コンサルティングが無責任組合員(GP)出資、日本政策金融公庫と当行が有限責任組合員(LP)出資するストラクチャード、現在1号ファンドは6社、2号ファンドは3社(24年1月末現在)に投資しております。

農業生産者の事業の成長を促すためには、特性をとらえた支援も必要であり、これらをもっと活用してもらえようPRしております。

商談会などによる販路開拓支援

当行は農産物の販路開拓支援として、幅広い業種のお客さまとつながりがある利点を生かし、

ビジネスマッチングに積極的に取り組んでおります。農産物の販路は市場や各農協経由が主ですが、市場では価格が安定せず、高品質な生産物が利益に反映しづらいことが悩みでした。そこで消費者に直接販売することによって、買手手は「より良質な素材」を得ることができつつ、売り手は安定した価格で販売できるという、双方にとってWIN-WINの関係を築くことをめざしました。

販路開拓支援の一つとして、商談会にも力を入れております。例年、販路開拓を希望する事業者を募り、日本政策金融公庫主催の「アグリフードEXPO」へ共同出展をしており、2024年8月に開催される「第17回アグリフードEXPO東京2024」にも参加する予定です。昨年の

アグリフードEXPOでは、同公庫宇都宮支店の方々の支援もあり、大いに盛り上がりました。当行共同出展枠として10の事業者が参加し、「まとまった出展が一体感を生み出して来場者も集まりやすい」「足を止めやすい感じが商談件数の増加にもつながっている」「来年も出展したい」などの声をいただいております。商談件数は400件を超え、販路開拓の支援につながっています。

また「フードバレーとちぎ」の成長をサポートし、地域内での新しいつながりの場を創出すべく、23年10月、JR宇都宮駅前の「ライトキューブ宇都宮」で当行主催の食の商談会「とちぎんビジネス交流商談会2023」を開催しました。筑波銀行、東和銀行とお取引のある事業者にも参



「とちぎんビジネス交流商談会2023」のテープカットの様子(上)
開発した商品を熱心に説明する高校生たち(下)

加いただき、全86ブース、来場者は1098人、商談実績1348件、こちらも大盛況で参加事業者の販路開拓につなげることができました。このイベントには県内の高校などにも実習を兼ねて出展いただきました。商談会では、考案した商品を生徒自身が来場者に説明するなど積極的に取り組まれていました。実際にバイヤーから



「アグリフードEXPO東京2023」に県内事業者と共同出展した様子

意見や評価を聞いて、商品の市場性を学ぶ機会にしてほしいと思っております。こうした取り組みによって、県全体が盛り上がり、地域活性化の一助となればよいと思っております。また、当行の新人行員もスタッフとして加わったことで、行員育成の面でも、大変有意義なものとなりました。

農業者向け商品の取り扱い強化

当行では日本政策金融公庫の信用補充スキームを活用した農業者向けの融資商品を取り扱っております。同公庫では全国138の金融機関と類似の商品を提携しており(2023年3月末現在)、こちらも積極的に取り扱っております。これは農業者と接する機会の多い渉外行員が、この商品の特徴をよく理解していることの強みが表れた結果であるものと考えております。

一方、農業従事者の方から銀行へ事業資金の借入相談をするケースが少ないことに鑑み、行員に対して定期的な啓発をしております。さらに本部の農業専担者が営業店へ出向き同行訪問することで渉外行員の商品知識向上、農業従事者との信頼関係構築につながっております。

今後の農業に対する役割

当行は農業従事者に対して事業承継、販路開拓、資金供給を含む金融サービスを主に支援しておりますが、農業を取り巻く環境は日々変化しており、地域金融機関もそれに合わせていく必要があります。

今後の農業に対する地域金融機関の役割として、関係各所との結び付きを活用したプラットフォームづくり、あるいはハブとしての役割になることが必要であると思えます。また、農業関連の各種法改正が検討され、農業機械もデジタル技術、自動化が進化を続けており、当該従事者がこれらの変化に対応していくためには幅広い

交流が必要と考えます。さまざまな業種とつながり、かつ地元企業と密接な関係にある地域金融機関は、当該従事者が必要としている関係各所への橋渡し役を担うには最適な機関であるといえます。現在、当行では各種専門分野の人材育成に力を入れており、ヨコのつながりを強化することで農業分野でもワンストップで課題解決できる体制を構築しております。当行では「困りごとを『ありがとう』に変えながら、『笑顔』と『幸せ』を守りつづける」をパーパスとして掲げています。日本では食料自給率の引き上げ対策がクローズアップされ農業分野に注目が集まるなか、農業にかかわる方々の「笑顔」と「幸せ」を守ることもが地域金融機関としての使命であると考えております。



profile

金田 和久 かねだ かずひさ

1974年栃木県宇都宮市生まれ。97年、栃木銀行に入行。小山支店長を経て、2023年7月法人営業部に配属となり農業を担当。農業専担者として日が浅く、専門的なことが多い農業分野のなかで、まわりに支えられながら前進。栃木県の農業発展のため、地域金融機関として農業にかかわるものすべてのハブ役になれるよう活動中。趣味はサッカーで、週末には地元の子供たちにサッカーの指導をしている。

栃木銀行

栃木県は首都圏から北方約100kmに位置し、イチゴの産地であるとともに、麦やトマト、ニラ、ハウレンソウの栽培も盛んな地域。自然豊かな環境と台地に恵まれており、酪農をはじめ畜産も多い。栃木銀行では県内農業の発展を支えるため、後継者問題、資金サポート、販路開拓を中心に支援。農業ビジネスの変化にも対応できるよう、専門性を強化し取り組み中。

『百姓の遺言』

山下惣一著 家の光協会



2023年7月発行・2,200円

農的なものを守る覚悟のすこみ

吉田 忠則（日本経済新聞社編集委員）

読み進めながら、思わず居住まいを正した。農業という営みの奥深さへの洞察とそれをなげがしろにする社会への憤り、そして農政への鋭い批判。外部の観察者ではなく、農の現場から湧き出る言葉の数々が心を打つ。

著者は農業に従事しながら創作活動を続け、2022年に逝去した農民作家。数多くの作品を残し、農業界にとどまらず、農業と農村に関心を持つ人々に広く影響を与えた。本書は、長年にわたり雑誌で発表してきたエッセーをテーマごとにまとめたものだ。

強い印象を受けるのが、農業への世間の冷たい視線への怒りだ。例えば、ある高齢の女性が勉強を嫌がる孫に対し、農作業中の著者を指して「勉強せん人間はどうなると思うか。そのおじちゃんば見てみる」と諭す。著者はこのとき農

業の多面的で公益的な機能を知って、「震えるほどに感動した」という。

もちろんこれは自嘲の言葉だ。この逸話の後、「百姓衆の絶望の深さにいかほどの人が気づいていたというのか？」という文章が続く。悲痛な叫びが読者の胸に刺さる。

だが著者はここで絶望の底に沈んだりせず、農業の価値について独自の視点を獲得する。農業を「農」と「業」とに分け、お金もつけにはならないが、山の手入れや田んぼの排水など公益を守ることにつながることを農と定義する。これを「良か仕事」と呼ぶ。

この先に広がるのは、農を基礎に据えて世を見つめ直す開放的な世界だ。自然の摂理に従う永遠の循環、その本質であるマンネリズムこそ人類の歴史。だから経済成長と効率化を農業で追求すると間違う。大切なのは「守るべきものは必ず守る」という決意。その思いは「小農」という思想へと昇華する。

巻末には、1981年に直木賞候補になった短編「滅反神社」が収録されている。休耕した田んぼに会社員が放尿し、さまざまなゴミが捨てられる。そんな理不尽にあらがう農家のしたたかさとともに、次第に農的なものから遠ざかる生き方への寂寥感も漂う。

巧みな筆致のリアリズムに驚いた後、本書のエッセーを読み直すと、著者の覚悟に改めて気づく。逆境に流されず、農への信念を貫き通した生涯がそこに浮かび上がる。

読まれています 三省堂書店農林水産省売店における農林水産関連書籍 売り上げ上位10冊 (2024年2月1日～2月29日)

タイトル	著者	出版社	税込価格
1 日本一の農業県はどこか——農業の通信簿	山口 亮子／著	新潮社	946円
2 逐条解説 種苗法 改訂版	農林水産省輸出・国際局知的財産課／編著	ぎょうせい	7,370円
3 酪農危機、どうする？(日本農業の動き220)	農政ジャーナリストの会／編	農山漁村文化協会	1,320円
4 新訂 ワークブック法制執務 第2版	法制執務研究会／編	ぎょうせい	5,280円
5 ミミズの農業改革	金子 信博／著	みすず書房	3,300円
6 季刊地域No.56 2024年冬号(特集:小さい林業が止まらない!)	農山漁村文化協会／編	農山漁村文化協会	1,100円
7 農林水産省名鑑 2024年版	時評社	時評社	4,730円
8 分かりやすい公用文の書き方 第2次改訂版	磯崎 陽輔／著	ぎょうせい	2,530円
9 農の世界史	マーク・B・タウガー／著	ミネルヴァ書房	3,520円
10 穀物の世界史 小麦をめぐる大国の興亡	スコット・レイノルズ・ネルソン／著	日本経済新聞出版	3,630円

札幌支店 「農業経営アドバイザーに
求められる支援」を学ぶ

札幌支店が事務局を務める北海道農業経営アドバイザー連絡協議会「かけはし」が勉強会を開催。農林漁業のコンサルティングをおこなう株式会社食農夢創代表取締役の仲野真人氏が登壇し、農業経営アドバイザーに求められる支援について話しました。

仲野氏は実例をもとに、農林水産物に新たな価値を創造して事業の展開に結びつけ、国や地方が抱える問題の解決に努める姿勢が求められると力説しました。農業経営アドバイザーが「かけはし」として役割を再認識する機会になりました。(10月12日)



仲野氏の講義風景。会場とオンラインで30人が参加しました

佐賀支店 経営発展の方策について
県の垣根を越え意見交換

佐賀県農業法人協会の若手経営者で構成する「佐農人令和会」と、滋賀県の農業法人を対象とした「リスペクトの会」が県内で共催した合同研修会を支援。九州農政局佐賀県拠点による「佐賀県農業の概要」の説明の後、一般社団法人日本農業情報システム協会理事の渡邊智之氏が農業DXをテーマに講演し、経営発展の方策についての意見交換がおこなわれました。

「スマート農機は費用対効果検証のうえ、必要性を検討すべき」「従業員に仕事を任せるための仕組みづくりが必要」などの声がありました。(11月7日)



意見交換をおこなう佐賀県と滋賀県の若手経営者ら22人が参加しました

千葉支店 「お客さま交流会」を
4年ぶりに開催

公庫のお客さまと県内の関係機関が集う「令和5年度お客さま交流会」を一般社団法人千葉県農業協会と共催。4年ぶりとなる今回は134人が参加しました。

講演会には気象予報士で防災士の久保井朝美氏が登壇。「気象キャスターが解説！ 農林漁業に役立つ気象の話」と題し、長期予報の見方や千葉県における霜注意報の発令の基準などを解説しました。

「最近気象災害が多いので、今後の対策のために非常によかった」「皆が集まる貴重な機会。ぜひ今後も続けてほしい」との声が寄せられました。(11月16日)



講演会後の懇親会では、さまざまな業種の方が活発に情報交換をしました

静岡支店 輸出に向けて役場が
有機茶へ転換を後押し

主要産業である茶産業における輸出向け有機茶の需要伸長を見据え、川根本町では有機茶の生産拡大を推進しています。また、有機農業推進を図るため、年間を通じて「有機農業研修会」を開催しています。30人の農業者が参加した2023年第3回の研修会には公庫職員が登壇し、「農業経営の改善に向けて」新たな分野に取り組む際の観点などをテーマに講演しました。

講演後の個別相談会では、慣行農法から有機茶に転換した場合の労働力の違いなどについて相談が寄せられました。(11月16日)



後日、支店事業統轄が町長を訪問し、地域の茶農家の現状と課題解決について意見交換しました



事業承継事案を基にしたケースワークなど実践的な内容となりました

高松支店 農業経営分析について JA職員向け勉強会を支援

J A香川県から依頼を受け、営農支援や営農相談活動に取り組みたい手サポーターやJA職員のスキルアップを目的とした「農業経営実態分析研修会」を支援しました。公庫本店職員が講師となり、マーケティング手法の一つであるSWOT分析を活用した農業者の実態把握・課題整理をグループワークでおこないました。

参加者した12人からは、「農業を取り巻く環境は厳しく、コンサルティンクがますます必要とされる。研修で学んだことを今後の業務に生かしていきたい」との感想が寄せられました。(11月17日)

広島支店 就農の心構えなどについて 農業技術大学校で出張講義

広島県立農業技術大学校の「営農設計と分析A」の授業で、毎年公庫職員が出張講義をしています。中国四国農政局広島県拠点と連携した今年の授業には、園芸・畜産課程の2年生15人が出席しました。公庫からは「就農時の心構えや経営計画策定の重要性」について解説し、農政局からは「日本の農林水産業の現状と課題」などについて、県内の事例を紹介しながら説明しました。

受講生からは「国の施策や新規就農者の生の声に触れ、計画策定の重要性も実感できた」などの感想が寄せられました。(11月20日)



グループワークで熱心に意見を出し合う受講生たち

甲府支店 アニマルウェルフェアの 取り組みを知る勉強会

山梨県農業経営アドバイザー連絡協議会が県農業法人協会会員と勉強会を開催。22人が参加しました。アニマルウェルフェアの認証制度を自治体として初めて策定した山梨県と普及に尽力する県畜産協会が、地域の現状と課題などを説明。また、国内で初めてオーガニック養鶏を始めた有限会社黒富士農場(甲斐市/採卵鶏)専務取締役の向山一輝氏が、自社の取り組みについて話しました。

その後の意見交換会では、県農業法人協会会員から寄せられた経営の悩みや課題に農業経営アドバイザーが回答しました。(12月12日)



農業経営アドバイザーからは「専門分野の支援の在り方を考えるよい機会になった」との感想も

盛岡支店 世界に羽ばたく岩手の食 マレーシアでフェア開催

岩手県庁、イオンスーパーセンター株式会社(本社・盛岡市)と連携し、県産食材の輸出力強化や海外への販路拡大を目的とした「いわてフェア」をマレーシアで開催。公庫のお客さまなど28先が、約100品を出品しました。

リンゴや米など県産の農産物が所狭しと並べられ、県産和牛の即売会もおこなわれました。参加者からは「冷麺や湯葉などに興味を引かれた。今後も購入したい」、また、関係者からは「過性のものにならないよう魅力を発信し続けることが必要」との声が寄せられました。(12月14日~27日)



一番人気だった岩手県産のリンゴ

災害のお見舞い

令和6年能登半島地震による災害により被害を受けた皆さま方に、心よりお見舞い申し上げます。

日本公庫農林水産事業では、このたびの災害により被害を受けた農林漁業者などの皆さまを対象に、相談窓口を設置しています。

ご融資やご返済に関する相談に、政策金融機関として迅速かつきめ細やかな対応を行ってまいります。

次号予告 春2号(6月発行)

「食品産業の国産原材料の利用動向(仮)」

輸入農畜産物の価格高騰や供給不安が見られるなか、食品産業の持続的発展には、国内産地との連携強化による原材料調達の安定化への取り組みが求められる。国産原材料の利用促進に取り組む食品製造業者の事例を踏まえ、今後の課題と可能性を考える。

ご意見募集

今号はいかがでしたでしょうか。感想やご意見をお寄せください。FAX・eメールなどで受け付けています。掲載させていただいた方には薄謝を進呈いたします。

FAX: 03-3270-2350
eメール: anjoho@jfc.go.jp

お問い合わせ先

新潟支店 TEL: 025-240-8511	金沢支店 TEL: 076-263-6471
富山支店 TEL: 076-441-8411	福井支店 TEL: 0776-33-2385

編集後記

④ 本号特集1の最後の一文は、農業金融に身を置く者として、その使命を見つめ直すメッセージとして受け止めた。担い手確保や生産性向上といった農業界の課題は、地域金融機関のビジネスモデルの課題でもあるのだ。各機関が専門性を生かし、相互に補完し連携することで農業者や地域の課題解決につなげたい。(細谷)

④ 農林漁業者の皆さまを取材し、経営環境の変化もあり課題が年々多様化していることを感じる。そんな皆さまをご支援するには、関係機関の連携などに加えて、現場で直接皆さまと接する各々の立場でどんなご支援ができるか日々考え、成長し続けることが必要だと思う。一金融機関職員として、身の引き締まる思いだ。(高雄)

④ 町の中にある磯沼ミルクファーム。自然ファームとしての魅力を発信する杏さんの姿が印象的でした。地域との共生をめざし、ご自身の信念を貫き着実に歩みを進める姿が多くの人々の賛同を得ているのだと感じました。(澤田)

④ 今号で本誌を離れることになりました。誌面を通して農林漁業者の皆さまの熱い思いや最先端の研究などに触れ、たくさんの刺激をいただけたこと、感謝の気持ちでいっぱいです。今後は愛読者の一人として応援していきます。(竹中)

冬2号8ページ3段目9行目に誤りがありました。

誤) 8%より下げて3%

正) 8%より下げて5%

読者の皆さま、関係者の皆さまにご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたします。

AFCフォーラム 2024.4 Forum 春1号

■編集

前川 紘輝 細谷 哲郎 高雄 和彦
大谷 香織 澤田 真理 鈴木 晃子
竹中 夕美 水谷 徳子

■編集協力

金子 弘道

■発行

株式会社日本政策金融公庫
農林水産事業本部

〒100-0004
東京都千代田区大手町1-9-4
大手町フィナンシャルシティ ノースタワー
Tel. 03(3270)2268
Fax. 03(3270)2350
E-mail anjoho@jfc.go.jp

■印刷

株式会社DI Palette 東京本部

* 本誌に掲載している記事、写真、図表、データなどをご利用になりたい場合は、事前に当社までご連絡ください。



農

食

をつなぎます

国産にこだわり



第17回 アグリフードEXPO 東京2024

国産農林水産物・食品の商談会

日時

2024年
8月21日(水)・22日(木)
10:00~17:00 10:00~16:00

ご出展者募集中
募集期限：4月19日



会場

東京ビッグサイト 東4ホール

主催

日本政策金融公庫

農の成長、金融への期待



『池のカエルが元気だな』 曹 梓菲 神奈川県海老名市立海老名小学校
 (全国土地改良事業団体連合会主催「未来へつなごう!ふるさとの水土里」子ども絵画展2023より)