

農業者向け取引推進 (着手のポイント)

Q

これまで農業者と接点を持っていません。取引推進にあたって着手のポイントを教えてください。

A

農業者との接点を持つ方法はいくつかあります。提案のツールが充実しつつある現在、農業者の課題解決につながる提案力が問われていると考えるべきでしょう。

1. 農業経営と金融機関の接点

農業者向けの支援制度は整備が進んでいます¹。むしろ、どういったツールを使ったら、農業者のニーズに対応できるかを考え、コーディネートする提案力が問われるとよいでしょう（第3分冊第2章参照）。

また、農業者向けのサポートとして期待されることが多いのが、販売に関するものです。特に商談会は「百花繚乱」の状態ですが、今問われているのは、商談会を単なる「出会いの場の提供」という領域から脱皮させ、実際の取引に結び付けられるものにするということでしょう（第3分冊第3章参照）。

こうした農業者からのニーズに応えていく作業を通じ、金融取引との接点を探ることになります。

とはいえ、まずどのように農業者と接触したらよいか、と疑問を持たれる方もおられるかもしれません。多くの農業者にとっても金融機関は馴染みの薄い存在です。そこで本章では、取引推進に着手する際のポイント（本問）、金融取引に結び付けるための考え方や、モデル的な融資の取組み（3-1-2 参照）について紹介した後、現在、農業で導入されている様々な金融手法について概観し（3-1-3 ~ 10 参照）、これから農業者向けに取引推進を図ろうとしている方への検討材料を提供します。

¹ 農業者向けの支援制度については、特に次のホームページを参考にしてください。
農林水産省 <http://www.maff.go.jp/index.html>
全国担い手育成総合支援協議会 <http://www.nefam.jp/index.html>

2. 農業者向け取引推進に着手するまでのポイント

(1) 情報収集

農林水産省や都道府県の統計資料を通じて農業者数、耕地面積・作付面積、農業粗生産額、主要営農類型別生産量・生産額等を把握し、取引推進の検討を進めようと考えている地域（以下、対象地域）における農業の動向を把握します。こうしたデータは、通常、都道府県の農政部（農業政策の担当部局）がとりまとめを行い公表しています。

なお、具体的な着眼点としては次のようなものがあります。

① 農業者数

農業を主業として取り組んでいる農業者数を捉えるには「基幹的農業従事者数のうち65歳未満人口」「専業農家数」「認定農業者数」に着目します。これらの数値を全国や近県との傾向と比べ、対象地域における現状と将来の生産動向についてイメージをつかみます。

② 耕地面積・作付面積、農業粗生産額

市町村別、営農類型別統計に着目します。どの地域でこういった営農類型が盛んなのかを把握し、資金ニーズの発生時期（第1分冊第4章、2-6-1参照）についてイメージをつかみます。

③ その他

産業連関表等に着目します。移出・移入の実状を把握し、対象地域における農業と他産業の関係についてイメージをつかみます。

(2) 行政との接触

都道府県の農政部は、統計データの入手以外にも、制度資金の取扱い（第2分冊第5章参照）等において深く関与する先です。農業者向け取引推進を行う際には意思疎通を図っておくとよいでしょう。

(3) 農業者との接触

統計により対象地域の傾向をつかむことはできますが、個別の農業者がどこにい

るかはつかめません。また、仮に「農業者向け相談窓口を開設しました」とプレスリリースしても、想定していた顧客層が相談に来るということは少ないと考えたほうがいいかもしれません。

そこで、農業者との接点を持つための取組みについて例示してみましよう。

- ・ 行政（都道府県、市町村）が主催する農業者向け研修会等に参加する
- ・ アパートローン、マイカーローン等の顧客層から農業者を探索する
- ・ 飼料会社、量販店等、農業との結びつきを持つ企業を介して農業者と接触する
- ・ 信用調査会社から対象地域の農業者の信用情報を購入する
- ・ 地元の有力な農業者から他の農業者の紹介を受ける
- ・ 新聞等²により取り上げられている農業者をリストアップする
- ・ 都道府県農業法人協会その他の業界団体との接触を通じて営業する
- ・ 日本公庫資金の取扱いや業務協力契約締結を通じて業界構造を把握する

（4）内部体制の構築

農業者向けの取引を推進するため、日本公庫が行う「農業経営アドバイザー試験」の合格者を行内の相談担当窓口にするという金融機関が増えています。**重要なことは、蓄積したノウハウを散逸させないことです。農業者向け取引の成功事例、失敗事例を本支店間で共有する仕組みを導入する等により、取引推進の効率を上げるとよいでしょう。**

² 特徴的な農業経営の事例を取り上げている代表的なものとして、「日本農業新聞」「全国農業新聞」といった専門紙や、農業技術通信社の月刊誌「農業経営者」があります。

Q

農業者との接触を通じて得た情報をもとに金融取引に組み立てる際の着眼点について教えてください。

A

農業者との接点を持つ方法はいくつかあります。金融のルールは農業分野も変わりません。キャッシュフロー構造に着目し、相談者の課題解決につながる金融取引は何かを考えることとなります。

1. 金融とは（定義）

金融の持つ機能、行動原理は農業においても変わりありません。金融手法の検討に際しては、特に（2）の下線部について検討を進めることとなります。

（1）金融とは

資金ニーズの発掘の前に、改めて「金融」について定義しましょう。経済学的に言えば、**金融取引とは「余剰部門」から「不足部門」に資金を移転させるよう、資金（cash）の流利（flow）を変換する行為**であり、金融とは、そうした資金調達の仲介機能を指します。

では、「キャッシュフロー」という言葉のとおり、「資金」は「水」と同じくフロー（Flow）を持つ、言い換えれば「高き（資金を持っている人）から低き（資金を持っていない人）に流れる」という性質をもっているといえるのでしょうか。

その問いについて答えるなら、残念ながら「否」ということになるでしょう。

それは、「情報の格差」があるからです。資金を持っている人は、資金を持っていない人のことを知らずに、資金を貸すことはありません。資金を持っていない人のこと（＝本当に資金を返せるか、返す気があるか）は、持ってない人自身が一番よく知っているわけで、資金を持っている人ではないからです（これを、「情報の非対称性」ともいいます）。

そこで、金融取引においては、資金を流すため、図表 3-1-2-1 に掲げる様々な努力を、古くから行ってきました。