

## 第7節 農業を支える農業関連団体等

農業者の取組を支援する主な農業関連団体等には、農業協同組合、農業委員会、農業共済団体、土地改良区があり、これらの団体等は、各種活動を通じて、農業経営の安定・発展、食料の安定供給等に重要な役割を担っています。一方で、現在、農業関連団体等をめぐる課題があり、今後の対応が重要となっています。

### (1) 農業協同組合

#### (農協の新たな取組による地域活性化)

農業協同組合（以下「農協」という。）は、農業生産力の増進や農業者の経済的社会的地位の向上を図ることを目的として、農業者をはじめとする組合員により自主的に設立される相互扶助組織です。農協は、農産物の販売や生産資材の供給等を適切に行い、農業所得を向上させていくことが最大の使命であり、農村地域の発展に寄与することが期待されています。

農協の組合数等の推移をみると、平成23（2011）年度の組合数は前年度に比べて僅かに減少し723組合となっている一方で、組合員数は前年度に比べて14万人増加し983万4千人となっています。組合員数の内訳をみると、農業者である正組合員数は減少傾向で推移していますが、非農業者である准組合員数は増加傾向にあります（表2-7-1）。

農協の部門別損益は、多くの農協で信用・共済事業が黒字であるものの、生産資材や生活資材を供給する購買事業や営農技術等の指導を行う指導事業といった経済事業は赤字となっています<sup>1</sup>。

また、平成25（2013）年12月に決定された「農林水産業・地域の活力創造プラン」においては、農業者の所得の増加に向けて、経済界との連携を促進しつつ、農産物の販売力を抜本的に強化するなどの担い手支援機能を強化するとともに、6次産業化<sup>2</sup>、農産物の輸出の促進等に主体的に取り組むための自己改革が重要とされています。今後の農協の在り方については、議論を深化させ、平成26（2014）年6月に向けて、具体的な結論を得ることとしています。

こうした中で、農業者の多くは、農協に対して販売力の強化や資材価格の引下げを期待しており、農協系統組織内においても、経済団体との連携を進めたり、販売力の強化等の取組を行っている農協等があり、こうした取組の横展開が期待されています（図2-7-1）。

表2-7-1 農業協同組合（総合農協）数等の推移

（単位：組合、千人）

	平成19 年度 (2007)	20 (2008)	21 (2009)	22 (2010)	23 (2011)
組合数	818	770	741	725	723
組合員数	9,433	9,494	9,579	9,694	9,834
正組合員	4,888	4,828	4,775	4,720	4,669
准組合員	4,544	4,666	4,804	4,974	5,165

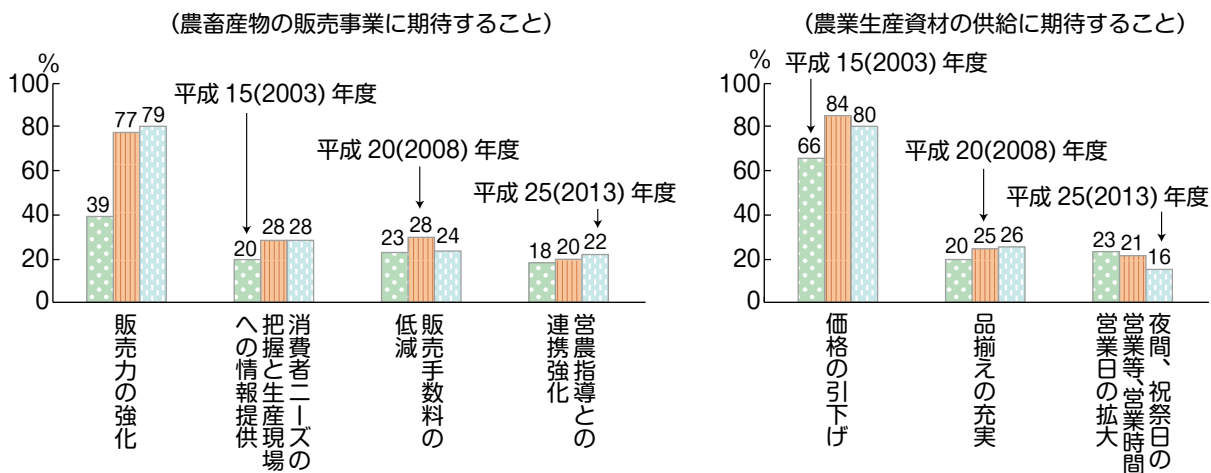
資料：農林水産省「総合農協統計表」

注：組合数は「総合農協統計表」における集計組合数。

1 農林水産省調べ

2 [用語の解説]を参照。

図2-7-1 農協に期待すること



資料：農林水産省「農業協同組合の経済事業に関する意識・意向調査」(平成25年12月公表)(農業者モニター1,269人(回収率88.1%))、「農業協同組合の経済事業に関する意識・意向調査」(平成21年3月公表)(農業者モニター2,500人(回収率84.1%))、「農業生産資材等に関する意向調査」(平成15年11月公表)(販売農家3,000世帯(回収率59.8%))

注：回答者に該当するものを2つまで選択してもらい、選択率が上位の回答を掲載したものを。

## コラム

### JAグループと経済団体との連携

JAグループは、(一社)日本経済団体連合会との農業政策や生産現場の強化等のプロジェクトについて定期的に話し合う「経済界と農業界の連携強化ワーキンググループ」を平成25(2013)年11月に立ち上げました。このワーキンググループは、活力のある農業・地域づくりの実現に向けて、農業界と経済界が連携・協力し、農業・農村の価値を創出するため、双方の理解の促進と共通認識の構築を図るものです。

今後、この会合を通じて、農業の6次産業化や異業種との連携等、農産物の高付加価値化や低コスト化に向けた具体的な協力を実現していくことが期待されています。

一方、全国農業協同組合連合会は、キューピー(株)と業務用野菜加工品の製造・販売を行う新会社(株)グリーンメッセージを平成25(2013)年12月に設立し、平成27(2015)年5月に本格稼働予定の新工場(神奈川県大和市)の建設を進めています。これらの取組により、今後、需要が拡大する業務用の野菜加工品市場の開拓に積極的に取り組むこととしています。

事例

販売力強化に向けた農協の取組

(1) 米のブランドを野菜等に横展開し販売力を強化

山梨県にらぎまし市りほくのJA梨北は、食味の良い米産地という地域の強みを活かし、全農に委託をした山梨県産米としての販売から、JA梨北独自の米としての販売に移行し、ブランドを確立しました。また、米のブランドで確立した知名度を野菜や果物等に横展開し、梨北産ブランドとして販売力を強化しました。



ブランド化の起点となったJA梨北の米

(2) 商品開発と販路拡大を実現

福岡県朝倉市あさくらしのJA筑前あさくらは、新商品の開発や販路拡大を専門に行う部署を設立し、直販等の販売ルートを創出するなど多様な取組を行っています。また、同農協は青果物の規格外品を引き取り、柿チップやイチジクジャム等に加工し販売しています。農産物の加工において、パッケージデザインは地元のデザイン学校の生徒に依頼することにより開発コストを抑制するなど、地域のネットワークを最大限活用した商品作りに取り組んでいます。



農産物を使用した加工品

(2) 農業委員会

(農業委員会数や委員数は減少傾向)

農業委員会は、市町村の行政委員会であり、農地の売買・賃借の許可、農地の利用集積、遊休農地<sup>1</sup>の調査・指導等農地に関する業務を行っています。

農業委員会の委員会数等の推移をみると、市町村合併の進展に伴い減少傾向で推移しています(表2-7-2)。

農業委員会については、農地の権利移動に係る許可、農地転用に係る意見具申、遊休農地の調査等、農地の適正利用の監視・監督等の法律に基づく業務のほか、農地のあっせんや「人・農地プラン」の作成に向けた調整等を行っています。また、総会等の審議過程を詳細に記録した議事録を作成するなど、業務の透明化に取り組んでいます。

今後の農業委員会の在り方については、業務の重点の見直しや、委員の構成や選挙・選任方法、事務局体制の整備等についての見直しの検討が重要となっており、議論を深化させ、平成26(2014)年6月に向けて、具体的な結論を得ることとしています。

表2-7-2 農業委員会数等の推移

(単位：委員会、人)

	平成20年 (2008)	21 (2009)	22 (2010)	23 (2011)	24 (2012)
委員会数	1,793	1,776	1,732	1,713	1,710
委員数	37,456	36,906	36,330	36,034	35,729
職員数	7,809	7,815	7,875	7,758	7,755

資料：農林水産省調べ

注：各年10月1日現在の数値。

<sup>1</sup> [用語の解説]を参照。