



漁協の組織・事業基盤の現状

——第29回漁協系統事業アンケート調査結果から——

(財) 農村金融研究会 主任研究員 尾中謙治

はじめに

本稿は、当(財)農村金融研究会が農林中金総合研究所の委託を受け、農林中央金庫JFマリンバンク部の協力のもと、2010年8月に165漁協を対象として実施した「第29回漁協系統事業アンケート調査」結果の一部の概要である。

(本文は2010年8月に実施したアンケート調査結果をまとめたものであり、東日本大震災による影響は考慮しておりません。このたびの東日本大震災により被災された皆様に対しまして、心よりお見舞い申し上げます。被災地の組合員、漁協、漁業が一日も早く復興されますよう心よりお祈り申し上げます。)

1 調査対象組合の概況

アンケート対象組合の09年度1組合平均は、組合員数816.3人(全国組合平均^(注)の2.4倍)、うち正組合員420.2人(同2.2倍)、水揚金額(属地)2,442.7百万円(同1.9倍)である。

経営収支は、事業総利益304.0百万円(同2.9倍)、事業利益△1.1百万円(全国組合平均△2.2百万円)、経常利益21.3百万円(同2.2倍)であり、全国平均を上回っている。

なお、平均値の扱いにおいては、対象組合の中には1県1組合などの大規模組合も含まれていることに留意する必要がある。以下の集計結果の利用にあたっては、これらの点に注意を要するが、全国の組合動向を把握するうえでは特に問題はないといえる。

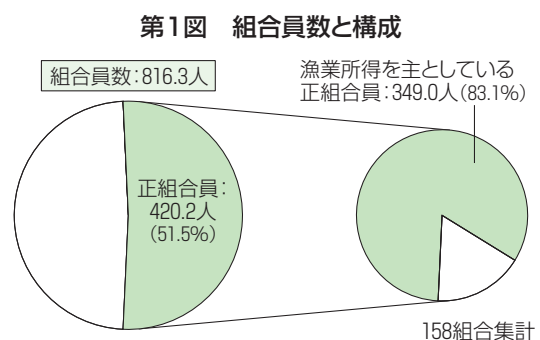
(注) 水産庁『水産業協同組合統計表(平成20年度)』による。

2 組合員及び組織基盤の現状

(1) 高齢な組合員の現状と対応

1組合あたりの組合員数は816.3人、うち正組合員は420.2人(51.5%)であり、正組合員のうち漁業所得を主としている正組合員は349.0人(83.1%)である(第1図)。

正組合員のうち現在年金を受給している人の割合は、40%未満の組合が55.7%、60%以上の組合が17.2%である。



次に、高齢で漁業を辞めた正組合員の組合員資格は（163組合集計）、「主に准組合員」（38.0%）が最も多く、次に「主に員外」（36.8%）、「准組合員と員外が半々程度」（17.8%）である。

また、高齢で漁業を辞めた組合員に対する組合の対応としては（162組合集計、複数回答）、「年金友の会」（24.7%）が最も多く、次に「高齢者向けの組織づくり・支援」（1.2%）、「研修会・講演会」（0.6%）である。大部分の組合が「特になし」（75.3%）である。

ヒアリングした組合員900人程度の組合では、年金友の会の会員が360人で、そのうち7割が漁業者、3割が員外ということであり、活動としては年2回（春と秋）に旅行をしているとのことであった。他の組合では、年1回観劇をしており、会員からは年金の手続きを頼まれるケースが多いという。また、会員1人あたり500円の助成金を出している信用事業を譲渡した組合もある。

さらに、ヒアリングした複数の組合では、「漁業者・組合員は、年を取っても漁業に何らかの形で生涯携わるので、高齢で辞めるということがほとんどない」という話があった。また、「高齢で漁業を辞めた人の大部分は当地に住み、組合への出資金もそのままにしておくケースが今のところは多い」や「高齢の組合員の中には、水揚げが市場出荷する量に達しない人がおり、その人は地元の旅館や知人等に直接販売している」という組合からの話もあった。

(2) 組合員組織と女性部の評価

組合員組織の状況は第1表のとおりである。

女性部は大部分の組合（92.5%）に存在し、部員数は1組合平均168.4人である。組織形態としては（147組合集計）、「組合単独の女性部」（86.4%）が最も多く、12.2%は「地域女性部を兼ねた女性部」である。

年金友の会は39.0%の組合に存在し、信用事業の実施・譲渡別にみると、実施している組合44.2%、譲渡した組合31.8%である。

青色申告会は20.1%の組合に存在し、会員数は1組合平均130.7人である。組織形態としては（28組合集計）、大部分が「組合単独の青色申告会」（87.5%）で、9.4%は「他の組織と合同した青色申告会」である。

次に、女性部に対する組合の評価（5段階評価、「5」=高、「1」=低い）は第2図のとおりである。

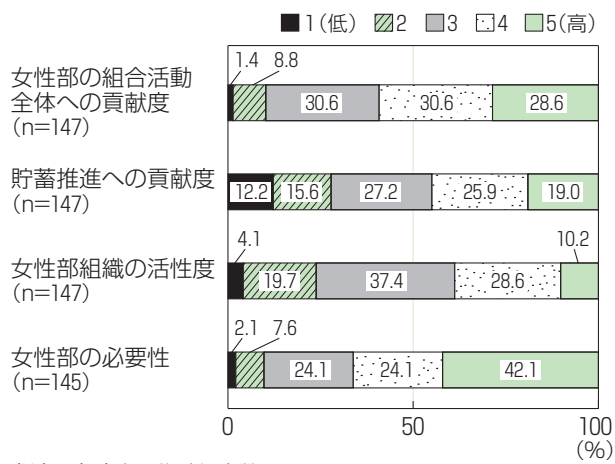
まず「女性部の組合活動全体への貢献度」は、「3」及び「4」の回答が30.6%と最も多く、「5」も28.6%である。同様の設問を行った10年前の調査と比較すると、「4」と「5」の回答が増加しており、女性部の組合活動全体への貢献度が増していることがうかがえる。

第1表 組合員組織の組織割合(159組合集計)

組合員組織	あり(%)	1組合平均 部員・会員数
女性部	92.5	168.4(146)
青(壮)年部	77.4	60.8(122)
年金友の会	39.0	288.6(62)
青色申告会	20.1	130.7(28)

(注) ()内は集計組合数。

第2図 女性部に対する5段階評価



(注) ()内は集計組合数。

一方、「貯蓄推進への貢献度」も同様に比較すると、高評価(「4」+「5」)が57.6%から44.9%に低下している。

「女性部組織の活性度」は「3」が7.6ポイント減少し、「2」が8.4ポイント増加している。

「女性部の必要性」は高評価(「4」+「5」)が81.3%から66.2%と、15.1ポイント低下している。

組合では「女性部の組合活動全体への貢献度」に対する評価は高いものの、「貯蓄推進への貢献度」や「女性部組織の活性度」「女性部の必要性」への評価が低下してきている組合が増加していることがうかがえる。

組合員組織(主に女性部)の課題を自由記入してもらったところ、部員の減少・高齢化を挙げている組合が最も多く、今後の組合員組織の活動、さらには地域の活性化・活気にマイナスの影響を与えることを懸念しているものも複数あった。

3 水揚げと組合市場の現状

(1) 水揚げの現状と販売方法

09年度1組合あたりの水揚げ高(属地)は2,442.7百万円である。ここ2~3年の年間水揚げ金額の傾向は(164組合集計)、「減少」(76.8%)が最も多く、次に「変わらず」(15.9%)、「増加」(7.3%)である。同様に、年間水揚げ量及び魚価の傾向は(164組合集計)、両方とも「減少・下落」(各71.3%、72.0%)が最も多く、「増加・上昇」は各11.6%、3.7%である。

5年前の同様の調査と比較すると、水揚げ金額及び水揚げ量、魚価のすべてにおいて減少・下落の回答割合が拡大している。

水揚げ全般では減少傾向にあるが、現在好調な漁業(もうかっている漁業)を自由記入してもらったところ、165組合中106組合が様々な漁業を挙げている。地域別には、北海道及び東北地方の組合では、魚種としてホタテ、ナマコ、サケ、長崎県ではマグロ類を挙げている組合が多かった。

次に、組合員の水揚げ代金決済の系統利用率(単純平均)をみると、平均で85.5%である。組合が水揚げ代金決済時に講じていること(163組合集計、複数回答)は、「購買代金の天引き」(85.9%)が最も多く、次に「借入金返済のための天引き」(74.2%)、「共済掛け金のための天引き」(30.1%)、「定期的貯金のための天引き」である。「特に何もしていない」は6.7%である。

「その他」(12.3%)としては、「氷代金の

天引き」と「漁船保険」が複数の組合で見られ、他に「納税のために天引き」「建造の費用積立」「乗船員給与の天引き」「一割貯金」等が挙げられている。

組合における管内水揚げの販売方法としては、「組合市場」(69.7%)が最も多く、次に「その他市場」(47.9%)、「直売所で販売」(27.9%)である(第3図)。「その他」としては、「当組合加工場」「漁連共販」「委託販売」等が挙げられている。

主な漁業種類別にみると、「魚類養殖」及び「漁船漁業(延縄・釣り)」で「業者への直接販売」が1割を超えている。

第25回(4年前)及び27回調査(2年前)と比較すると、「直売所で販売」が増加、「消費者への直接販売」が微増している。反対に、「漁連市場」が減少、「業者(量販店等)への直接販売」が微減している。

組合市場及び漁連市場、その他市場の流通(市場流通)は、水揚金額全体の8割程度である。主な漁業種類別にみると、「魚

類養殖」が6割強と最も低い。

組合の現在の販売手数料をみると、平均で5.0%であるが、09年度の水揚金額で組合全体の採算(事業利益ベース)がとれる販売手数料率としては平均で6.9%必要としている。現在と採算ベースを比較すると、大部分の組合で現在の手数料率では採算がとれていないことがわかる。

(2) 組合市場と統合

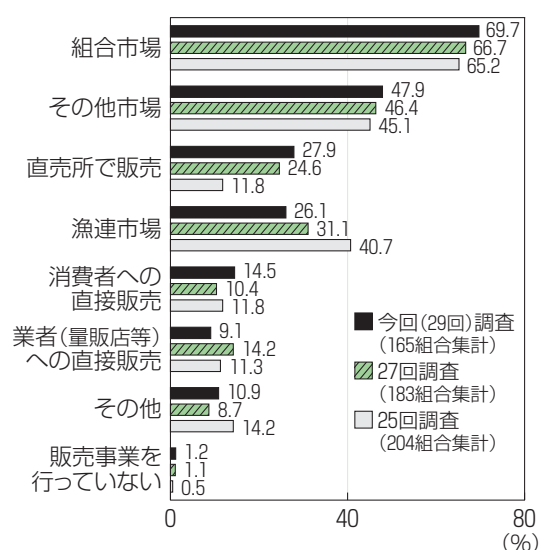
組合の市場数は1組合あたり3.1である。仲買人の平均は66.4人、そのうち実際に機能・参加している仲買人は48.2人程度(全体の72.6%)である。

組合での値決め方法(109組合集計、複数回答)は、「入札」(72.5%)が最も多く、次に「セリ」(57.8%)、「相対」(22.9%)、「予約」(1.8%)である。ヒアリングしたいくつかの組合では、仲買人の購買力の低下や廃業等により、魚価が安いことを課題として挙げている。

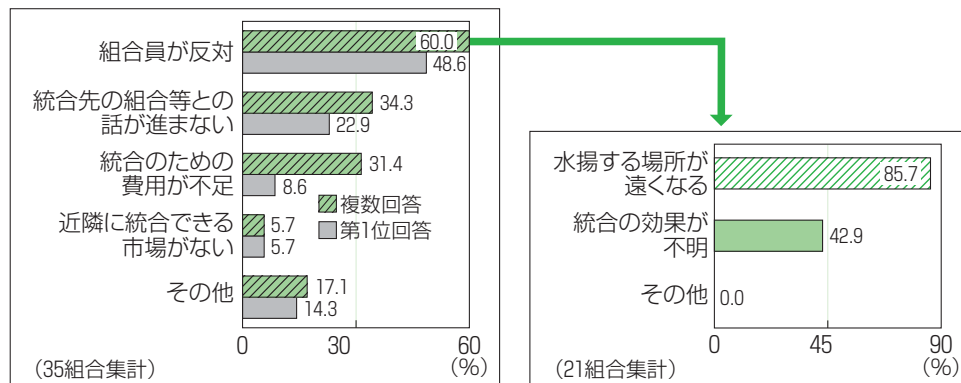
次に、市場統合についてみると(107組合集計)、「統合は不要」(44.9%)が最も多く、次に「統合したいができない」(32.7%)であり、「統合を実現した」は7.5%である。「その他」(15.0%)としては、「統合に向けた協議開始」「計画中」「将来的には統合せざるを得ない」「支所において集荷場所を中央出張所としたが、鮮魚等を移動する際、活物を弱らせてしまうので現状に戻った」等が挙げられている。

「統合したいができない」と回答した組合の理由は(複数回答)、「組合員が反対」

第3図 組合の販売方法(複数回答)



第4図 市場統合したいができない理由



(60.0%) が最も多く、次に「統合先の組合等との話が進まない」(34.3%)、「統合のための費用が不足」(31.4%)である(第4図、第1位回答も同様)。

「その他」としては、「一度統合のため、準備をしたが、実現しなかった」「組合の合併問題が棚上げ状態となっており、話が進まない」「話し合いが具体的にない」「現有施設償却等の補助金が必要」が挙げられている。

「組合員が反対」する理由は(複数回答)、「水揚げする場所が遠くなる」(85.7%)が最も多く、次に「統合の効果が不明」(42.9%)である。ヒアリングした組合では、近隣の市場統合した組合から統合のメリットを感じられなかったり、統合したところで仲買人が増えない、魚価が上がらないという理由で市場統合を検討していないという意見もあった。

4 組合経営と各事業の状況

(1) 事業利益及び経常利益の動向

09年度の事業利益及び経常利益の状況を

みると(164組合集計)、事業利益は67組合(40.9%)が黒字、97組合(59.1%)が赤字である。経常利益は116組合(70.7%)が黒字、48組合(29.3%)が赤字である。

ここ2～3年の事業利益の動向をみると(164組合集計)、「赤字傾向」(53.7%)が最も多く、次に「黒字傾向」(27.4%)、「収支トントン」(15.2%)である。「その他」(3.7%)には、「変動が大きい。安定しない」「鰹鮪漁業の水揚げで大きく左右される」等が挙げられている(経常利益も同様)。

地域別にみると、「北海道」は「黒字傾向」(72.0%)、その他の地域では「赤字傾向」(62.6%)が半数以上である。

次に、ここ2～3年の経常利益の動向は(164組合集計)、「黒字傾向」(37.8%)が最も多く、次に「赤字傾向」(31.7%)、「収支トントン」(26.8%)である。地域別には、「北海道」は「黒字傾向」が6割である。正組合員数別にみると、組合員数が多いほど「黒字傾向」、少ないほど「赤字傾向」、の回答割合が高いのが特徴的である。

ヒアリングした組合では、組合経営が悪化していることを、総会時に組合員に説明

した。その結果、組合員は、増資したり、販売手数料や倉庫等の利用料の上げを承認した。「この一件によって、組合員の組合への関心・帰属意識が高まったと感じる」と同組合職員は述べた。組合の情報を正直に適時に報告したことによって、組合員の理解・帰属意識を高め、協力が得られるようになった事例といえる。

(2) 各事業に対する組合の評価

各事業に対する組合の評価をみると（複数回答）、「重要な収益源」として「販売事業」（82.1%）が最も多く、次に「購買事業」（51.8%）、「加工事業」（28.0%）であり、販売及び購買が漁協収益の中心業務であることがわかる（第2表）。

「絶対に必要な事業」は、各事業とも回

答が多かったが、最も多いのが「販売事業」（84.6%）、次に「製氷等事業」（68.5%）、「購買事業」（67.7%）である。

「信用事業」は、9年前の同様の調査と比較すると、特徴的なのは「重要な収益源」の回答が30.6ポイント減少、「組合員へのサービスの一環」が34.9ポイント増加していることである。また、今回調査を信用事業の実施・譲渡別にみると、実施組合では、「重要な収益源」19.5%、「絶対に必要な事業」81.8%であるのに対して、信用事業を譲渡した組合では、それぞれ3.7%、55.6%である。

「共済事業」を9年前の調査と比較すると、「安定的な収益源」が13.2ポイント減少、同様に「加工事業」も32.4ポイント減少している。また、両事業とも「絶対に必要な

第2表 各事業に対する組合の評価(複数回答)

	重要な収益源	安定的な収益源	組合員へのサービスの一環	組合員・地域住民とのつながりの手段	便宜的に行っている	絶対に必要な事業	不平・不満がある事業	廃止したい	その他
信用事業 (104)	15.4 (16)	23.1 (24)	63.5 (66)	58.7 (61)	10.6 (11)	75.0 (78)	3.8 (4)	6.7 (7)	1.0 (1)
購買事業 (164)	51.8 (85)	45.1 (74)	35.4 (58)	15.2 (25)	4.3 (7)	67.7 (111)	1.8 (3)	0.6 (1)	0.0 (0)
販売事業 (162)	82.1 (133)	38.9 (63)	8.0 (13)	11.1 (18)	0.6 (1)	84.6 (137)	4.3 (7)	0.0 (0)	0.0 (0)
製氷等事業 (146)	21.9 (32)	32.2 (47)	39.7 (58)	7.5 (11)	6.8 (10)	68.5 (100)	2.1 (3)	4.1 (6)	2.1 (3)
加工事業 (75)	28.0 (21)	20.0 (15)	32.0 (24)	21.3 (16)	8.0 (6)	34.7 (26)	8.0 (6)	9.3 (7)	4.0 (3)
利用事業 (153)	10.5 (16)	19.6 (30)	61.4 (94)	14.4 (22)	13.1 (20)	51.0 (78)	2.0 (3)	2.6 (4)	0.7 (1)
指導事業 (161)	13.7 (22)	9.3 (15)	57.1 (92)	24.8 (40)	8.1 (13)	64.6 (104)	5.0 (8)	0.6 (1)	0.6 (1)
共済事業 (164)	27.4 (45)	50.0 (82)	43.3 (71)	51.8 (85)	1.2 (2)	38.4 (63)	0.6 (1)	0.0 (0)	0.6 (1)

(注) 1 各事業の第1位の回答はスミ網掛け、第2位は太枠で示す。
2 信用事業の代理店等としての譲渡組合の回答を含む。
3 ()内は集計組合数。

事業」が4割に達していない。

なお、共済事業に対しては、「現在あまり力を入れていなかった事業だが、今後大きく育てたい事業である」という意見もあった。

加工事業においては、「不平・不満がある事業」及び「廃止したい」が1割弱である。反対に、「新たな事業展開」「今後の収益増加への手段」という今後に期待する声もある。

その他の「販売事業」や「購買事業」等の事業については、9年前の調査と大きな変化はなかった。

おわりに

漁協の多くは、地域（漁村）振興・活性化のために、祭りなどのイベントや魚食普及、植樹や海浜清掃などの漁場環境整備、ブランド化などへの取組みを行っている。

ヒアリングしたいくつかの組合では、職員が少ない、あるいは資金面が厳しいため、行政をはじめ、近隣組合や農協等と連携・提携して、地域への取組みを行っていた。

例えば、職員8人のA組合は、地元の自治会等と連携して市の協力を要請し、15年前から港での祭りを開催している。過疎的な地域ではあるが、市の広報などを通じて、祭りの参加者は約7千人である。組合は組合員の水揚げの一部を買い上げ、直売している。

他の取組みとしては、1月下旬には「か

きまつり」（今年で第5回目）を組合主催、市の後援のもと開催している。その時にはマラソン大会も開催され、ランナー2千人、関係者数千人が参加する祭りとなる。また、直売所を土日（土曜だけ開催の時期もあり）に開催しており、ここも口コミ等で好評である。女性部の活動の場ともなっており、女性部による弁当や総菜も販売されている。

さらに、同組合では、主力の底曳網漁業の水揚げが減少しはじめた頃から、地区での貝類養殖の可能性を模索し、10年ほど前から貝類養殖を組合員に勧め、組合員の漁業収入の下支えにも貢献している。

地理的条件では決して有利とはいえない地域で、組合は自分たちのできることを考え、他の団体・組織と協力して、漁村・漁業の活性化を図っている。

「どうしてこのような取組みができていいのか」と質問したが、組合員や地域のために組合が活動するのは当然というような回答をいただいた。

このヒアリングから、組合及び組合員は、自分たちのすべきこと・できることを再考し、単独でできないことは行政や自治会、商工会等に協力を要請し、地域に関わるすべての人たちで、自分たちの地域を元気にする姿勢が必要だということを、改めて気づかされた。そのためにも、まず自分たちの漁村の将来ビジョンを、組合と組合員が対話し、共有する必要性を強く感じた。

（おなか けんじ）