

認定農業者の営農意識に関する分析

——農林漁業金融公庫融資先調査から——

つね かわ いそ お
恒 川 磯 雄

1. はじめに
2. 分析対象の位置づけ
3. 景況感
 - (1) 10年度経営実績の判断
 - (2) 今後の見通し
 - (3) 景況感の変化
 - (4) 景況感と経営の収益性の関係
4. 投資効果の自己評価
5. 経営の展開方向と経営者が求める営農情報
 - (1) 営農上の課題意識と経営の展開方向に関する意向
 - (2) 経営者が求める営農情報
 - (3) 重視する営農情報の入手元
 - (4) 営農情報に関する区分集計結果
6. まとめと考察
 - (1) 景況感
 - (2) 投資効果の評価
 - (3) 経営の展開方向と営農情報
 - (4) 考察——経営者の技術志向について——
7. おわりに

1. はじめに

1999年に制定された食料・農業・農村基本法では、その第21条「望ましい農業構造の確立」において、農業生産の中心的な担い手として政策的に育成していく対象を「効率的かつ安定的な農業経営」と表現し、これらの農業経営が農業生産の相当部分を担う農業構造を確立していくことを目標に掲げている。現在、各地域の農業生産は文字通り多様な担い手によって支えられているわけであるが、想定される中心的な担い手という点で見れば、そして行政施策として支援育成していく対象となる具体像としては、農業経営基盤強化法で規定しているところの認定農業者が大きな比重を占めるとみてよいであろう。このように位置づけられる認定農業者が、実際に自らの農業経営の当面する課題と展開方向などについてどのように認識しているかを把握することは、今後の経営政策・構造政策的確な推進に当たっても不可欠な要素と考えられる。

本稿は、農林漁業金融公庫（以下場合により公庫と記す）が認定農業者である融資先に

対して実施した調査結果から、上記の点に関して実態把握に有用と思われる項目を取り上げ、考察を加えるものである。具体的には公庫が毎年実施している「貸付先経営動向把握調査」から、意向調査部分（経営者の経営上の意向等に関するアンケート調査）を中心に、主に次の3項目について検討する。

①景況感について：これを取り上げるのは自らの経営と経営部門を取り巻く経営環境の見方が端的に示されるからである。経営部門や属性の違い、年次的な変化も含めて、その認識の大枠を把握することを目的に分析した。②投資効果について：これは、政策金融としての公庫資金の効果を把握しようとしたものである。実際の判断には難しい面があるが、ここでは経営者による直接的な評価として尋ねた。③当面の経営の展開方向・重点化の内容、外部に求める営農情報の内容等について：これは、経営上の種々の課題に対して経営者が実際にはどのような内容・分野を重視しているかを把握しようとしたものである。経営者能力の向上の必要性が行政施策も含めて各方面で強く言われる中で、実際に経営者は経営機能のどの部分に問題意識が強いのか、

また外部に対して情報という形で何を求めているのか、想定される諸課題の相互間で比較する形で検討した。調査結果からは経営者の技術志向の強さが明かとなり、その意味や政策的関連についても考察した。

上記のうち特に②③の部分に関しては、筆者が公庫在職中に冒頭の問題意識に基づき調査項目として組み入れたものである⁽¹⁾。また、本稿は既公表結果に区分（クロス）集計などの分析と考察を加え、新たに取りまとめたものである。集計は主に経営部門別と各部門の経営属性に基づく区分で行い、部門間や経営属性によって経営者意識にどのような違いがあるかを明らかにしようとした。経営規模別の区分指標としては、ビジネスサイズを端的に表す指標である売上高（法人）または農業粗収益（個人）を同一指標として主に用いた。

注(1) この貸付先経営動向把握調査の調査内容は資本・生産高・収支等の経営内容に関する事項と経営者の意識等のアンケートからなり、後者については年ごとに特定の課題を設定している。

2. 分析対象の位置づけ

はじめに認定農業者とスーパーL資金をめぐる動き、本調査の特徴・位置づけ、調査先の概況など、前提として確認しておくべき事項に触れておく。

認定農業者については、平成6年の制度発足以降その数は着実に増加し、平成12年秋現在全国で約15万人（経営体）となっている。認定農業者への行政的な支援の内容としては、①農業経営基盤強化資金（通称スーパーL資金、以下スーパーL資金または単にL資金と記す）を始めとする制度融資を受ける資格が得られること⁽¹⁾、②農業委員会等による農地利用集積の支援、③税制上の特例、④経営相談の実施、⑤基盤整備事業等の実施の際の考慮事項となること、などがある。

認定農業者に関しては農水省統計情報部が平成10年に行った全国的なアンケート調査があり、参考となる⁽²⁾。これによれば、認定農業者になった動機（2項目選択）としては「制度資金や税制等のメリットを受けるため」50%、「規模拡大のため」45%が上位を占め、他には「農業所得増大のため」31%、「行政等に勧められて」23%、「経営管理の経営内容改善のため」16%などとなっている。また「目標を達成した」13%および「努力を要するがほぼ達成できる」47%と回答した者に関してはその要因（2項目選択）として「制度資金の借り入れが実現」44%が最も多く、「農地集積が実現」28%、「新技術導入が実現」23%と続いている。以上から認定農業者の経営展開と制度資金は密接な関係にあることがわかる。他方で認定農業者になったこと自体の評価は「わからない」44%、「良かった」32%、「効果が少なかった」16%、などであり、消極的評価も少なくない。農林漁業金融公庫によるスーパーL資金の融資が受けられることが積極的に認定を受ける場合の大きな理由であり、制度的メリットとして重視されていることがこの調査からも確認できる。

スーパーL資金の貸付実績については、その概要は第1表のとおりである。平成6年の制度発足後11年度までの6年間で貸付件数延べ25,777件、融資額は合計4,050億円となっている。平成7・8年は各々融資額850億円、件数6千件以上と資金需要が旺盛（当時の予算枠いっぱいの融資）であったが、以後総額は10年度587億、11年度507億へと、またのべ件数は7年度6,271件から11年度の2,893件へと減少している。減少の理由は①資金の実需者の投資が早期に一巡してしまった（有利な制度資金が新たに創設されたため、それまで控えていた者と逆に前倒しした者の投資が短期に集中した）こと、②金利の全般的な低下によるL資金のメリットの低下、③米価の低迷や経済不況の深刻化など農業の先

第1表 農業経営基盤強化資金（スーパーL資金）貸付実績の推移

(ア) 金額

(単位:百万円)

年度	H 6	H 7	H 8	H 9	H10	H11	累 計	1件当たり
合 計	49,029	85,000	85,000	77,040	58,742	50,651	405,462	15.7
うち新規貸付先	(49,029)	(80,842)	(72,011)	(58,519)	(40,088)	(34,409)	(334,898)	(20.0)
耕 種 計	16,404	34,759	32,452	28,103	18,619	16,123	146,460	9.8
稲 作	8,007	20,658	17,875	14,959	8,658	7,584	77,741	9.3
畑 作	3,600	5,024	5,276	4,352	3,782	3,535	25,569	9.2
茶	1,622	2,038	1,636	2,892	1,946	2,015	12,149	18.8
果樹の うち 柑橘類	169	461	406	530	160	81	1,807	8.0
リンゴ	276	622	692	307	339	80	2,317	6.7
施設園芸の うち 野菜	1,801	6,034	4,956	4,147	3,515	3,195	23,649	16.1
花き	3,738	8,227	6,875	5,781	2,999	2,411	30,031	16.9
きのこ	3,804	5,102	5,407	2,232	956	1,165	18,665	42.4
畜 産 計	22,924	29,608	34,482	35,157	32,000	27,357	181,528	26.7
酪農搾乳	6,644	12,895	15,812	16,313	12,511	11,689	75,864	17.5
肉牛(肥育)	1,965	3,504	3,230	3,915	4,112	2,838	19,564	30.1
養豚一貫	5,179	4,542	6,532	7,046	6,447	5,127	34,873	45.8
採卵鶏	6,885	5,390	5,725	3,677	4,804	3,594	30,076	59.4
ブロイラー	0	554	823	405	825	1,408	4,014	50.2

(イ) 金額構成比

(単位:%)

年度	H 6	H 7	H 8	H 9	H10	H11	累 計
合 計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
うち新規貸付先	(100.0)	(95.1)	(84.7)	(76.0)	(68.2)	(67.9)	(82.6)
耕 種 計	33.5	40.9	38.2	36.5	31.7	31.8	36.1
稲 作	16.3	24.3	21.0	19.4	14.7	15.0	19.2
畑 作	7.3	5.9	6.2	5.6	6.4	7.0	6.3
茶	3.3	2.4	1.9	3.8	3.3	4.0	3.0
果樹の うち 柑橘類	0.3	0.5	0.5	0.7	0.3	0.2	0.4
リンゴ	0.6	0.7	0.8	0.4	0.6	0.2	0.6
施設園芸の うち 野菜	3.7	7.1	5.8	5.4	6.0	6.3	5.8
花き	7.6	9.7	8.1	7.5	5.1	4.8	7.4
きのこ	7.8	6.0	6.4	2.9	1.6	2.3	4.6
畜 産 計	46.8	34.8	40.6	45.6	54.5	54.0	44.8
酪農搾乳	13.6	15.2	18.6	21.2	21.3	23.1	18.7
肉牛(肥育)	4.0	4.1	3.8	5.1	7.0	5.6	4.8
養豚一貫	10.6	5.3	7.7	9.1	11.0	10.1	8.6
採卵鶏	14.0	6.3	6.7	4.8	8.2	7.1	7.4
ブロイラー	0.0	0.7	1.0	0.5	1.4	2.8	1.0

(ウ) 件 数

(単位:件)

年度	H 6	H 7	H 8	H 9	H10	H11	累 計
合 計	2,007	6,271	6,127	5,055	3,424	2,893	25,777
うち新規貸付先	(1,720)	(4,954)	(3,995)	(2,947)	(1,675)	(1,441)	(16,732)
耕 種 計	1,258	3,805	3,647	2,951	1,790	1,545	14,996
稲 作	661	2,273	2,015	1,657	969	786	8,361
畑 作	356	611	639	480	344	362	2,792
茶	48	110	119	179	103	88	647
果樹の うち 柑橘類	7	60	70	56	17	16	226
リンゴ	24	104	102	58	40	16	344
施設園芸の うち 野菜	76	340	355	278	233	190	1,472
花き	99	516	451	364	210	141	1,781
きのこ	35	146	140	55	34	30	440
畜 産 計	528	1,409	1,478	1,320	1,116	950	6,801
酪農搾乳	320	881	950	888	709	598	4,346
肉牛(肥育)	42	144	147	133	93	90	649
養豚一貫	67	159	147	139	139	111	762
採卵鶏	75	116	106	60	83	66	506
ブロイラー	0	13	20	15	16	16	80

資料:(ア)~(ウ)とも農林漁業金融公庫業務統計年報(各年度版)。

行きへの不透明感・悲観視の増加、が考えられる。

融資内容の変化では耕種部門の減少が大きい。特に稲作部門が著しく、果樹、施設園芸、きのこの減少率も高い。これに対して畜産部門の変化は小さく、結果的に畜産の比重が増し、金額で過半を占めるに至っている。1件当たりの融資額は増大しているがこれは部門構成の変化の反映であり、各部門ごとの変化は少ない。なおこの間の新規貸付件数の累計は16,732件であり、これが融資先の全実数とみられることから、12年3月末現在の認定農業者150,305名に対するL資金の利用割合は計算上は11.1%ということになる。

以下で取り上げる貸付先経営動向把握調査は、農林漁業金融公庫が個別経営を対象とする農業経営改善関係資金の融資先に対して、主要営農部門の経営環境の変化、個別融資先の経営状態、経営者の意向の把握等を目的に平成元年度より実施しているものである。調査先は毎年全国で主要な12の経営部門の1,800件である⁽³⁾。調査先は年次ごとに一部を入れ替え、現在は大半がスーパーL資金融資先であり、これは必然的に認定農業者である。また、本調査は公庫から各県に対する委嘱事業として農業改良普及センターの協力の下に実施され、公庫本店において集計ととりまと

めを行っている。各年度の調査は当該年度(会計年度であり暦年の場合が多い)の経営内容・業績を対象にして翌年2～4月頃(10年度調査なら11年春)に実施したもので、主な結果は公表されている。(文献[4])。

10年度調査の意向調査の分析対象数(有効回答数)と経営部門別内訳は第2表のとおりであり、合計は1,715件である。有効回答率が約95%と高いのは留置・回収方式をとる場合が多いことと事前に協力への了解を得る場合が多いためである。またスーパーL資金融資先でないものは25件であった(これが認定農業者であるか否かは不明である)。これを除く1,690件という数は11年度までのL資金新規貸付先累計16,732件に対しては10.1%であり、調査対象経営部門に限れば12%程度を占めるとみられる。また、実際の調査先の選定は融資実績や県間でのバランスを考慮して県別に件数を割り当て、各県内では地域的なバランスに留意しつつ調査可能な融資先を選定している。それ以外に特別の恣意性はないが、ランダムサンプリングとはなっていない。各調査先に対しては数年間の継続調査を原則としている⁽⁴⁾。

第3表のとおり、調査対象経営の公庫資金残高は全平均3,890万円であり、絶対額としては相当に大きい。その資金別内訳はL資金

第2表 意向調査の分析対象経営体数

(単位:件)

	合計	稲作	北海道 畑作	茶	かん きつ	りんご	施設 野菜	施設 花き	酪農	肉用牛 (肥育)	養豚 一貫	採卵鶏	ブロー ラー
全 体	1,715	397	62	75	66	51	189	209	294	144	112	74	42
うちL資金以外	25	3	—	—	—	—	—	—	—	3	4	2	13

資料:平成10年度貸付先経営動向把握調査の有効回答数。

第3表 調査先の公庫資金の平均残高(公庫資金合計)

(単位:百万円)

	合計	稲作	北海道 畑作	茶	かん きつ	りんご	施設 野菜	施設 花き	酪農	肉用牛 (肥育)	養豚 一貫	採卵鶏	ブロー ラー
個 人 経 営	23.9	18.7	15.2	25.7	13.5	13.2	19.7	22.4	33.8	28.2	39.2	52.2	22.8
法 人 経 営	98.7	49.5	—	33.3	—	—	58.4	55.7	92.9	109.5	148.3	182.7	67.5
計	38.9	23.5	15.2	26.5	13.5	13.2	25.0	29.9	44.0	47.5	96.3	136.8	34.5

資料:平成10年度貸付先経営動向把握調査結果による。

第4表 経営部門別及び区分ごとの調査先数と経営概要

(ア) 普通作

	件数 (件)	粗収益 売上高 (万円)	経営耕 地面積 (a)
【稲作】全体	391	2,950	1,644
個人経営	330	2,078	1,351
法人経営	61	7,665	3,233
売上高別			
売上高小	78	939	724
売上高中小	78	1,457	1,072
売上高小中	79	1,949	1,321
売上高中大	78	2,769	1,720
売上高大	78	7,649	3,388
地域別			
北海道	62	2,165	1,800
東北	143	2,487	1,261
北陸	69	4,780	2,529
関東～近畿	72	3,240	1,701
中四国九州	45	2,232	1,201
【北海道畑作】全体	61	2,941	3,091
売上高別			
3千万円未満	32	2,013	2,445
3千万円以上	29	3,964	3,804

(イ) 施設園芸・工作・果樹作

	件数 (件)	粗収益 売上高 (万円)	面積 (施設㎡) (樹園a)
【施設野菜】全体	183	3,276	5,490
売上高別			
1.8千万円未満	54	3,277	3,317
1.8～3千万円	63	2,330	4,937
3千万円以上	66	5,838	7,796
【施設花き】全体	206	5,573	6,068
個人経営	160	3,496	4,430
法人経営	46	12,797	11,768
売上高別			
2.5千万円未満	71	1,728	3,110
2.5～5千万円	74	3,604	4,714
5千万円以上	61	12,435	11,155
【茶】全体	73	3,760	458
売上高別			
2.5千万円未満	39	1,654	339
2.5千万円以上	34	6,176	594
【かんきつ】全体	65	1,481	277
売上高別			
1.5千万円未満	36	1,008	240
1.5千万円以上	29	2,069	322
【りんご】全体	51	1,343	306
売上高別			
1.2千万円未満	28	799	248
1.2千万円以上	23	2,006	376

(ウ) 畜産

	件数 (件)	粗収益 売上高 (万円)	常時飼養 頭羽数 (頭・千羽)
【酪農】全体	290	6,690	87.7
地域区分			
北海道	77	7,221	111.2
府県	213	6,498	79.2
成牛飼養頭数			
50頭未満	99	2,990	35.2
50～99頭	113	5,167	69.0
100頭以上	78	13,592	181.6
1頭当り乳量			
7.7t/頭未満	98	4,596	68.3
7.7～8.5t/頭	89	5,768	76.1
8.5t/頭以上	103	9,479	116.3
【肉用牛(肥育)】全体	143	15,545	443.4
牛種別			
黒毛和種中心	51	9,553	181.1
その他	92	18,867	588.8
売上高別			
5千万円未満	51	3,216	84.5
5千万～1.2億円	43	7,565	228.1
1.2億円以上	49	35,381	1,005.9
【養豚一貫】全体	105	18,043	310.3
売上高別			
7千万円未満	36	4,593	76.5
7千万～1.5億円	30	9,845	159.9
1.5億円以上	39	36,766	641.7
【採卵鶏】全体	79	31,886	92.2
常時飼養			
成鶏6万羽未満	35	13,183	28.8
成鶏6万羽以上	34	48,670	149.1
【ブロイラー】全体	42	124,737	63.2

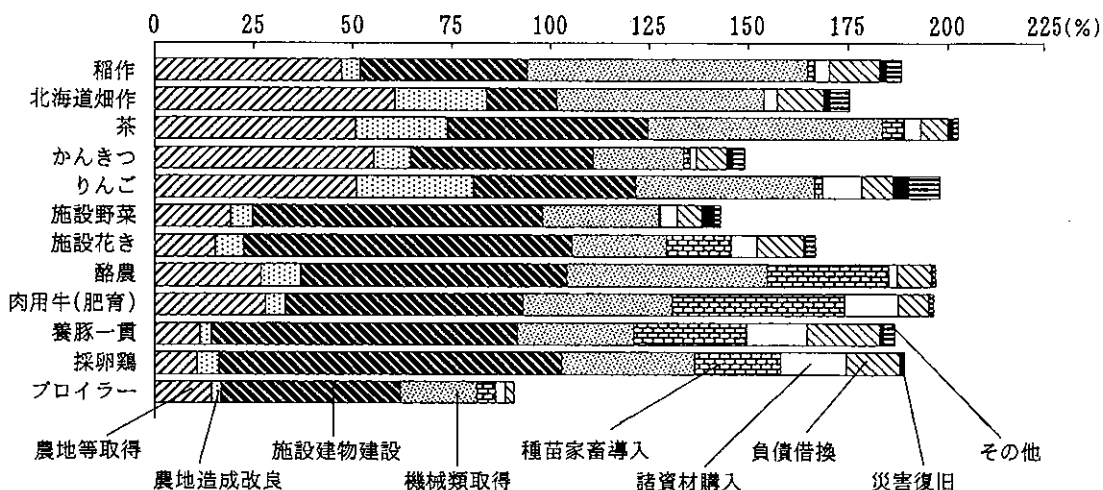
資料：(ア)～(ウ)とも平成10年度貸付先経営動向把握調査結果による。

注：稲作の売上高別は、全体がほぼ同数になるように上位から順に5区分した。

も含め不明であるが、ブロイラー部門を除き、資金の各部門の1件当たり融資額(第1表)よりは大きく、調査先は、L資金融資先の中でも比較的融資額の大きい経営の割合が高いとみられる⁽⁵⁾。

各部門の経営内容の概況は第4表のとおりであり、全平均および集計区分ごとの平均を示した。取り上げた経営部門の中では、施設園芸や畜産の各部門および北海道畑作は既に階層分化によって大規模経営への生産の集中が進んでいることから、ここで示す結果は各部門の専門的経営者の平均的な意識に近いと考えられる。これに対して稲作、茶、果樹の各部門は全国的には小規模経営、兼業経営の

3位までの累積回答率



第1図 資金借入れの目的(経営部門別)

資料：平成10年度貸付先動向把握調査・意向調査の回答による。
注：最近5年以内の借入についての設問。

比重が大きく、ここに示す結果は上層に位置づけられる一部の経営のみが対象となることに注意が必要である。稲作では地域別集計も行ったが、これも各地域の平均像というよりはあくまでも各地域において公庫資金を借り入れるような規模の大きい専門的経営に限った上での結果である。

調査先における資金の使途は、調査結果によれば第1図のとおりである。耕種部門では農地、機械類、施設建物が多く、施設園芸では施設建物、畜産では施設建物、機械類のほか家畜等の導入、諸資材購入の割合も高く、長期・中期の運転資金需要も比較的多い。

以上、調査先からみた本調査の特徴は、今後の我が国農業生産の中心的な担い手と目される認定農業者の中でも比較的最近多額の制度資金を借入れ積極的な経営展開を図っている経営体を対象とした全国調査であること、経営収支データを利用して意向調査とリンクさせたクロス集計が可能ながあげられる⁶⁾。

注(1) 農業経営基盤強化資金(スーパーL資金、Lは長期 long の意)は市町村によって経営

改善計画が認定されたいわゆる認定農業者を対象に農林漁業金融公庫が融資する制度資金である。資金使途は、経営改善を図るためのものであれば、農地取得、機械・施設の取得、増加運転資金、財務健全化など、広い範囲のものが可能である。

- (2) この調査は平成7年3月までの比較的早い段階で認定を受けた者の中から全国で2,400名を対象としたもので、回収数は1,595(66.5%)である。なお、この調査は公庫融資の有無とは直接関係はない。文献〔6〕参照。
- (3) 経営部門は売上高1位部門で区分している。多くの部門では単一経営が大半を占めるが、稲作を中心に一部複合経営も含んでいる。
- (4) スーパーL資金の創設にともない、調査時点では平成8～10年にかけて選定した調査先が大半である。
- (5) プロイラー部門の調査先の公庫資金残高が少ないのは、L資金以外の古くからの融資先が多いためである。
- (6) 以下の検討では一部の項目で12部門のうち茶とプロイラーを外して検討している部分がある。茶は生業のみを生産する経営から加工まで自己完結的に一貫して行う経

営、さらに加工部門が重点の経営まで内容の差が大きいこと、プロイラーは全体に調査対象数が少ない上にスーパーし資金の融資先割合が低いことによる。

3. 景況感

農業経営者が自らの経営の状況や経営部門の景気動向をどうみているのか、いわゆる景況感について尋ねた結果を検討する。これを把握する指標に「景況DI」(Diffusion Index)がある。最も簡単なものは①良い(良くなる)・②普通(変わらない)・③悪い(悪くなる)と3区分し、①-③の値をとるものである。日銀の短観(短期経済観測調査)を始め各機関がこの種の調査を行っており、主に短期的な景気変動の把握に使われている。これは四半期ごとに調査が行われ、結果も迅速に公表され、財政金融政策上の重要な参考資料となっている。

これに対して農業部門では、生産のサイクルの特性(主に1年1産で季節性が強い、急な増産・減産が難しい)、生産物の商品特性(生活必需財で消費はおおむね安定)、価格安定制度や生産調整等の行政施策の影響が大きいこと、等の理由から個別の経営者が特に短期的な景気動向によって生産水準を決定する余地は小さく、景気変動が問題になる局面は相対的には小さいとみられる。とはいえ、実際に農業経営者が自らの経営や経営部門の動きをどう捉えているかを把握することは農業金融も含めた農業経営政策の展開の上で重要な事項であり、経営内容と関連づけてその特徴を把握する意義もあると考える。

以下、区分集計は11年春時点の調査結果であって速報性には欠けるが、部門別、規模別、所得率別等の経営属性と景況感の関係などをみることにする。また、部門別の景況感については12年春時点のデータが利用できたため、最近4年間の比較検討も行った。紙幅の

関係もあり、重要度が高いと思われる業況判断の2項目(経営実績と今後の見通し)を取り上げた⁽¹⁾。

(1) 10年度経営実績の判断

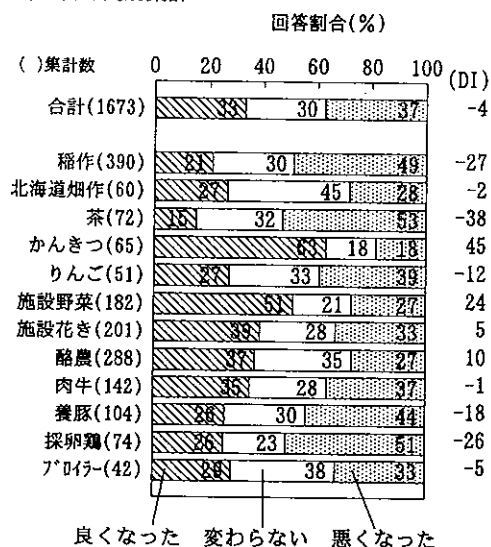
第2図は前年(9年度)と比べた10年度の経営実績の判断であり、「良くなった」「変わらない」「悪くなった」の3区分の回答割合と「良くなった」から「悪くなった」を差し引いたDIの値を示した。(7)は部門別、(イ)～(エ)は各部門の区分集計結果である。以下、主にDIによって結果を検討するが、仮にDIが同様の値であっても、回答の分布、特に「変わらない」の多寡によって性質がやや異なる点にも注意が必要である。

(7)経営部門別では稲作、畑作・果樹・施設園芸のDIはかんきつ45と野菜24で特に高く、茶-38、稲作-27、採卵鶏-26で低かった。好況部門と不況部門の間の差が大きいことと、多くの部門では「変わらない」の割合は比較的小さく、好成績をあげた経営と不振だった経営が多数併存していることが特徴といえる。

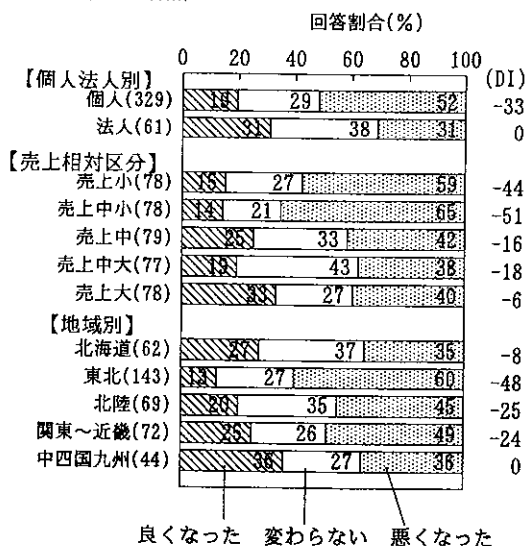
(イ)稲作の区分集計では、DIは個人経営が-33に対し法人は0で差が大きかった。また、売上規模別の区分ではいずれもマイナスであるが、特に下位の2階層でマイナスが大きかった。第4表にも示したように売上高と耕作規模は関連しており、この回答結果は収益性の変化を示すだけでなく、収益性や所得額といった経営成果の絶対的な水準が小規模層に一段と厳しい状況であることを表わしているとみられる。また、地域別では東北でDIが-48と特に低く、10年度は他地域と比べ東北で稲作経営の悪化が著しかった。

(ウ)畑作・果樹・施設園芸部門の売上規模別では茶を除き売上が大きい経営でDIが高かった。かんきつ・施設野菜の好況部門では特に売上の大きい経営で好転した比率が高かった。北海道畑作、りんご、施設野菜では小規模層でDIがマイナスであり、規模間で格差が

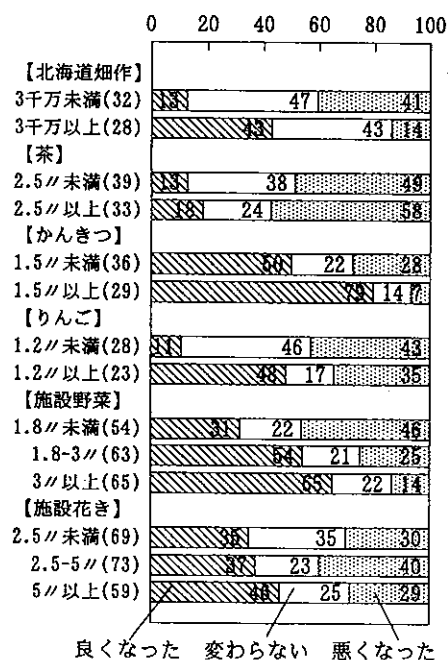
(ア)経営部門別集計



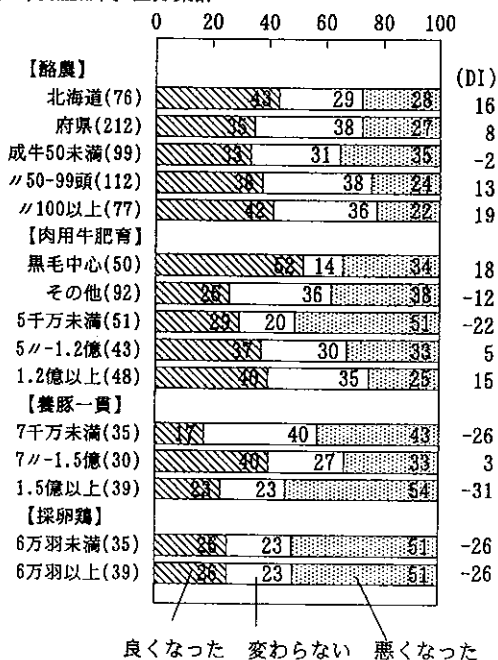
(イ)稲作区分集計



(ウ)畑作・果樹・園芸部門 区分集計



(エ)畜産部門 区分集計



第2図 景況感① 前年と比べた収支実績(H10年度実績)

資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1) 区分集計の数値は売上高(粗収益)で円。区分については第4表参照のこと。

(2) 「無回答」を除いて集計。

(3) DI(diffusion index; 景気動向指数) = 「良くなった」割合 - 「悪くなった」割合。

大きかった。茶は階層を問わず不況、施設花きも規模間の差は小さかった。

(エ)畜産の規模別集計では、酪農では地域別の北海道と規模別の大規模層で、肉用牛では黒毛中心経営と大規模層でDIが大きかった。これに対し養豚、採卵鶏ではDIと規模とは関連が薄く、全体に不況であった。

(2) 今後の見通し

第3図は今後の経営の見通しを尋ねた結果である。設問が「今後の見通し」としかきいていないために回答がどの程度のタイムスパンを想定しているか不明な点もあるが、当年度(11年度)の見通しか長くて2~3年先までとみてよいであろう。

第2図の経営実績の回答に比べるとこの見通しのDIの値は全体に高く、低いのは北海道畑作のみであった。マイナスは北海道畑作-33と稲作-12の2部門で、ほかは20~52であり、見方が強気の部門と弱気の部門に2分された。大半の部門で実績よりも見通しの方がDIが高いのは、前年悪かった部門(または個別経営)は「今年こそ(景気循環で・経営改善で)良くなる」、他方前年良かった部門(経営)では「今年もまた好調」と判断している場合が多いためとみられる。また、見通しについては稲作と養豚を除いてDIの値は経営規模による違いは小さく、経営実績とは傾向が異なった。

稲作と北海道畑作の両部門は全般的に悲観視の割合が大きかったが、稲作では個人経営の-21と法人経営の40が対照的であった。稲作の規模別では小規模層(小規模-39、中小規模-36)、地域別では北日本(北海道-25、東北-20)で悲観視する比率が高かった。これに対し北陸以西ではDIは0前後にとどまったが、その理由としてこれら地域では①良食味米生産、②消費地立地等による有利性、③収穫の早期化による高価格化、④複合部門の選択肢の多さなど、各々の立地特性を生かし

た対応方策がある程度可能であるとの見方が反映されたためと考えられる。

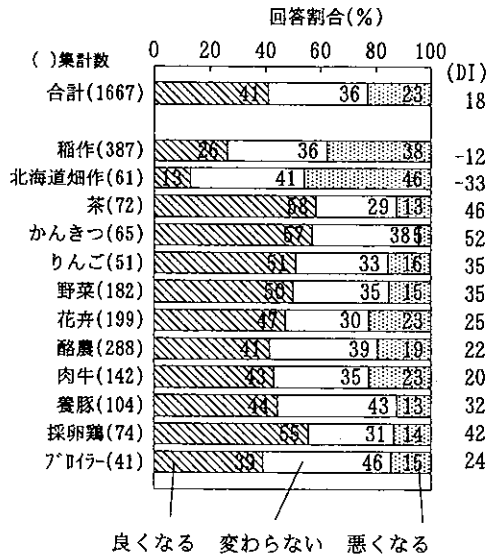
(3) 景況感の変化

第4図は11年度調査結果(12年春時点)まで含む過去4年間の景況感の変化である。

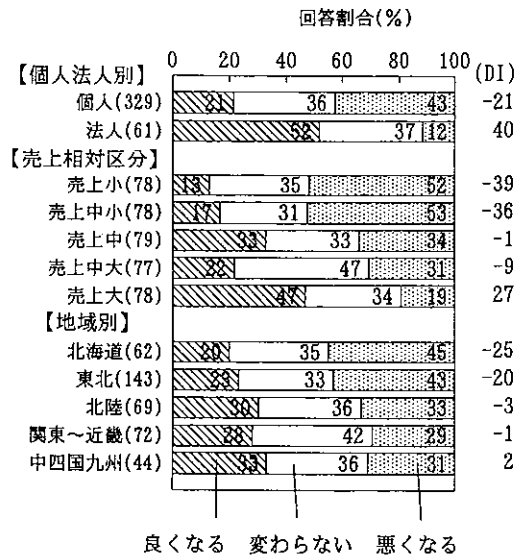
①の収支実績については、全国的に価格変動が大きかった部門や年次で顕著な傾向がみられる。各部門を通じてみると、DIが比較的安定しているのは最低が-3の酪農くらいで、他の部門はいずれもマイナスの大きな値を示す年次やマイナスの連続がみられる。中でも稲作は9・10・11年、北海道畑作は8・9年に深刻な不況に見舞われる一方で明らかな好況局面はなく、厳しさは深刻である。9年度以降の稲作経営の収益性低下は周知の事項ではあるが、このように他の多くの部門との比較でも突出しており、土地利用型耕種経営を取り巻く経営環境の厳しさが明白である。他方、茶、かんきつ、りんご、施設野菜、養豚、採卵鶏は年次による変動が大きい。かんきつ、養豚、鶏卵については従来から需給の循環性が認められてきたが、これが確認できる。11年度実績は、茶、養豚、採卵鶏の各部門が3年ぶりに好況に転じ、逆にかんきつ、施設野菜、施設花きは前年からかなり悪化した。

こうした各年の実績を踏まえて、その時々で当面の経営の見通しをどう予測していたのかを示すのが②である。各時点での見通しに対する実際の結果は翌年の実績でみることができる。経営者行動の不確実性の予測という問題にも関わることであるが、実際には短期的な景気変動(当該品目の需給の変動)を踏まえて生産量を決定することは少なく、「見通し」はより希望的となる傾向がみられる。部門別では、「前年が良ければ今年も良い」と判断する傾向はかんきつ、りんご、施設野菜、養豚、肉用牛で強く、また茶は実績に関係なく常に強気、逆に北海道畑作は常に弱気の見通しであった。これに対し、採卵鶏とプロイ

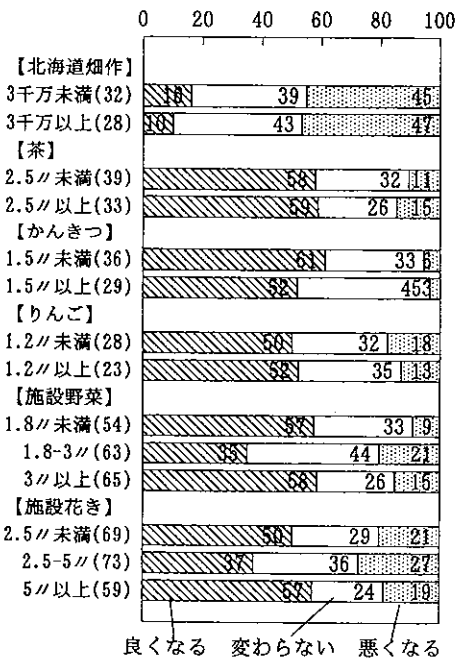
(ア)経営部門別集計



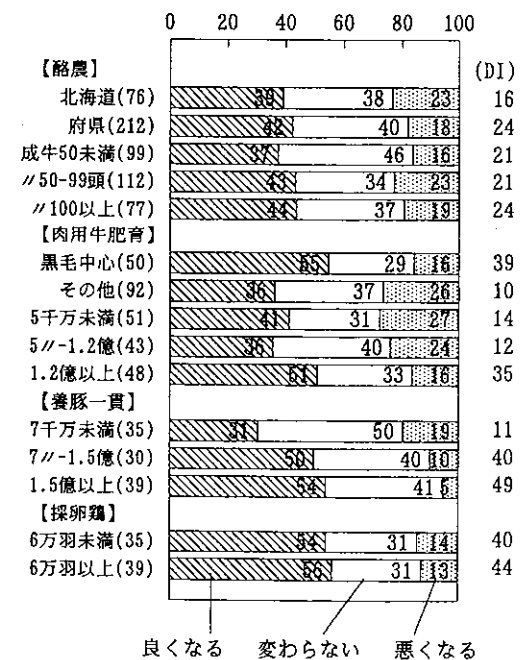
(イ)稲作区分集計



(ウ)畑作・果樹・園芸部門 区分集計



(エ)畜産部門 区分集計



第3図 景況感② 今後の経営の見通し (H11春時点)

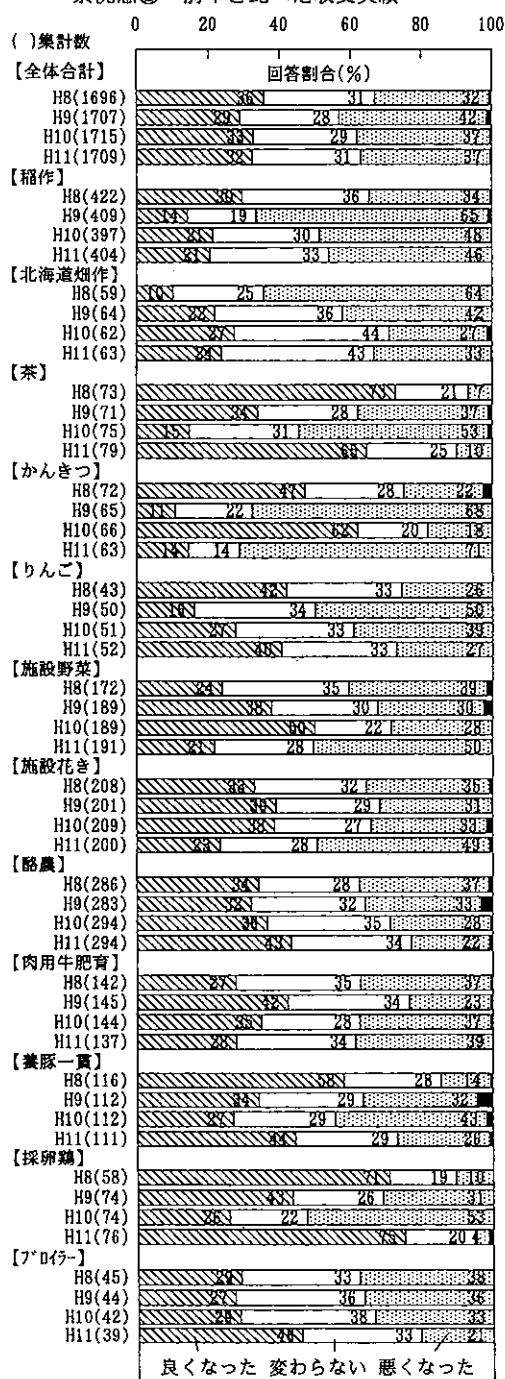
資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1) 区分集計の数値は売上高(粗収益)で円。区分については第4表参照のこと。

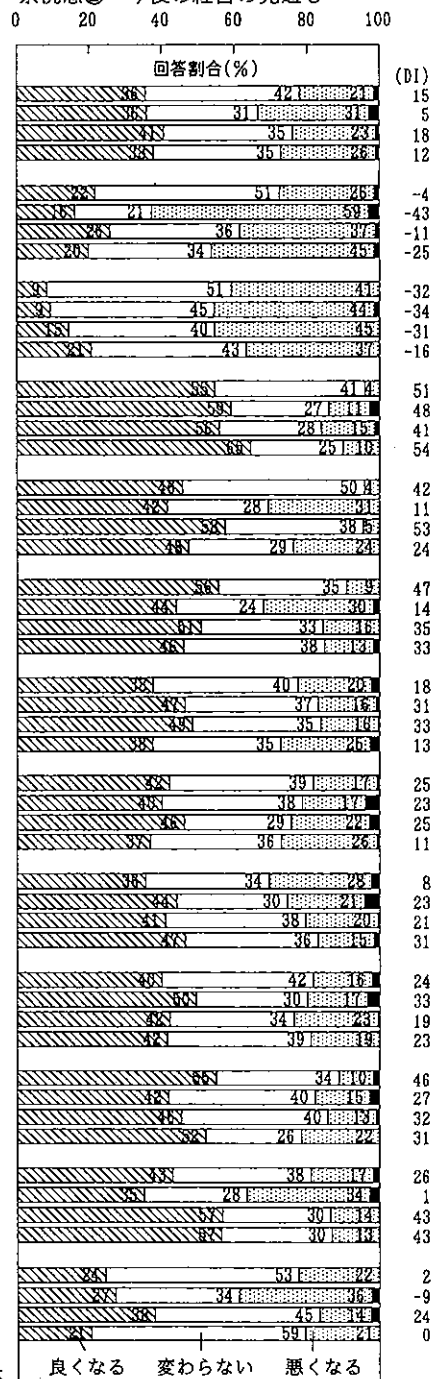
(2) 「無回答」を除いて集計。

(3) DI(diffusion index; 景気動向指数) = 「良くなる」割合 - 「悪くなる」割合。

景況感① 前年と比べた収支実績



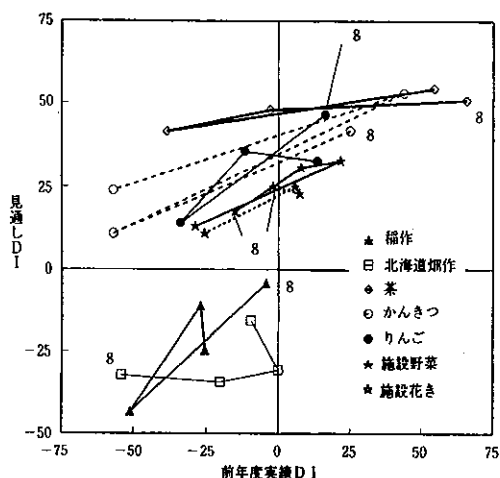
景況感② 今後の経営の見通し



第4図 景況感の変化 (H8~11年度)・経営部門別集計

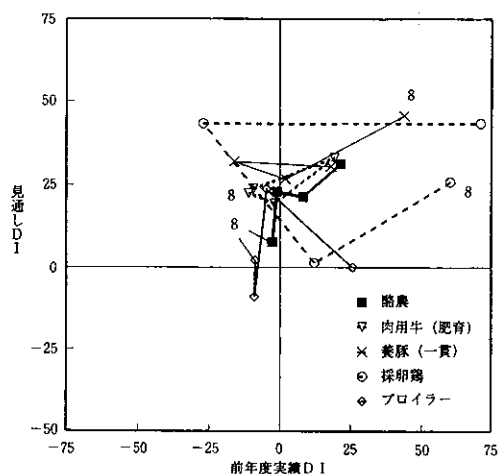
資料：貸付先経営動向把握調査(各年度)による。

注：調査時点は対象とした標記の各会計年度の翌春である。例えば11年度調査は12年春に調査実施。



第5図 実績DIと見通しDIの関係
(H8～11年度)①耕種園芸部門

資料：貸付先経営動向把握調査(各年度)による。
注：図中8は8年度の値。



第6図 実績DIと見通しDIの関係
(H8～11年度)②畜産部門

資料：貸付先経営動向把握調査(各年度)による。
注：図中8は8年度の値。

ラーでは実績と見通しの関係が逆の年次があり、需給変動を意識する傾向がみられた。

以上の各時点での実績と見通しのDIの対応関係を図示したものが第5図(耕種・園芸)および第6図(畜産)である。園芸部門では実績の変動が大きいのに対し見通しの変化は相対的に小さいこと、畜産は採卵鶏を除いて実績の変動は小さいことが確認できる。また4年間の動きでは、経年的に右上方向へ動いている、つまり比較的安定的に好転しているとみられる部門は酪農のみである。

(4) 景況感と経営の収益性の関係

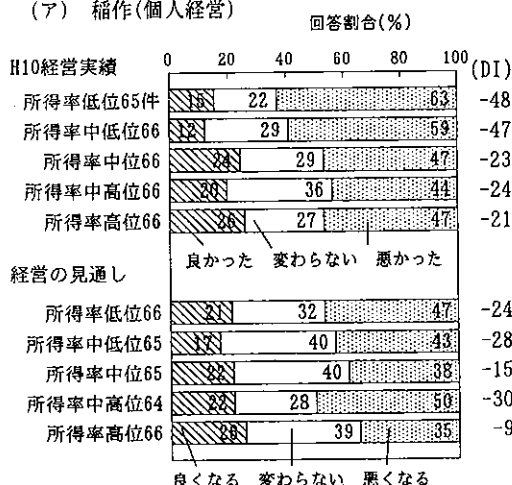
第7図は調査件数の多い稲作、施設野菜、施設花き、酪農の4部門について、経営調査から収益性の指標として各経営の所得率を算出し、その高低と景況感の関係をみたものである。ここではデータの制約から農業所得が算出できない法人経営を除外し、個人経営のみを対象に、稲作と酪農は5グループに、施設園芸は3グループに、各々所得率の高低の順位によってほぼ同数になるよう区分し集計した。

(ア)稲作では、経営実績は下位2グループのDIが-47前後、中～上位3グループが-24～-21と2分された。所得率の最上位でも-21であった。今後の見通しは、所得率の高低との関係では最上位のDIが-9と他よりやや高いが、他は所得率による傾向はみられず、稲作部門では所得率に関わらず全体的に厳しい見方が支配的であった。

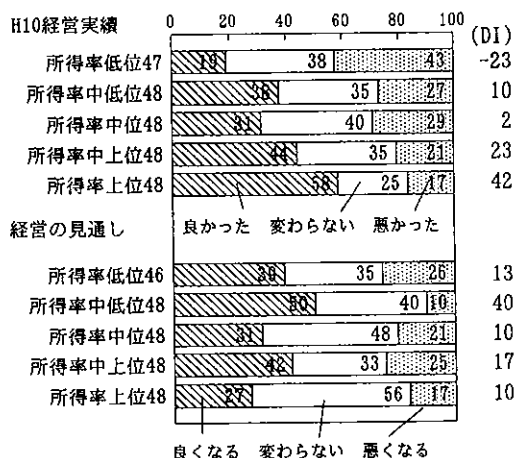
(イ)施設野菜・施設花きをみると、経営実績は両部門とも所得率に応じて評価は概ね高くなり、上位と下位のDIの差はともに45ポイント程度に達している。また、見通しについては、特に野菜では所得率とは逆相関の関係にあり、所得率が低いグループほど「良くなる」の比率は高く、その割合は低位層64%に対し高位では27%に止まった。花き部門は野菜部門ほど明瞭ではないが、「良くなる」のDIは低位で最も高いなど、共通した傾向もみられた。

(ウ)酪農では、経営実績のDIは所得率の高低とはほぼ正の相関があり、所得率低位グループのDIが-23に対し上位では42と大きな差があった。また見通しでは下から2番目の所

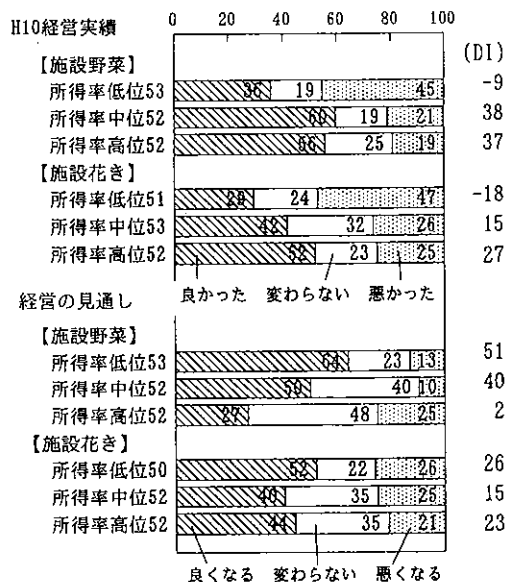
(ア) 稲作(個人経営)



(ウ) 酪農(個人経営)



(イ) 施設野菜・施設花き(個人経営)



資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1) 所得率の順に並べて同数になるように5(または3)区分した。

(2) 無回答・その他を除いて集計した。

第7図 所得率の区分による景況感(実績・見通し)

得率中低位で「良くなる」の割合が高いほかはグループ間でDIの差は小さく、傾向は不明瞭であった。経営実績と見通しをグループごとのDIで比べると所得率低位と中低位はともに36ポイント増加しているが、中上位-6、上位-31と減少しており、また「良くなる」の割合も所得率が低いグループでやや高い傾向もみられ、ここでも実績の一指標である所得率の低いグループほど「新年度こそ良くなる(する)」と意図する傾向が強い。他方で所得率低位の26%は今後も「悪くなる」とみており、この値は5グループの中では最多で、

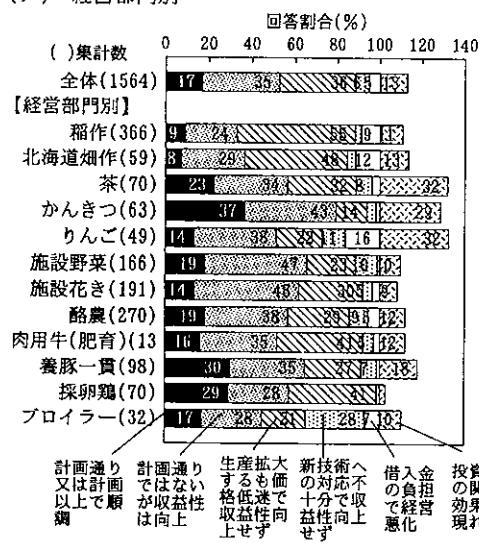
経営改善に苦悶している経営が一定割合存在していることがわかる。

注(1) 景況感に関しては、このほかに「資金繰り」「時間的ゆとり」「販売単価」「生産コスト」についても設問している。文献[4]参照。

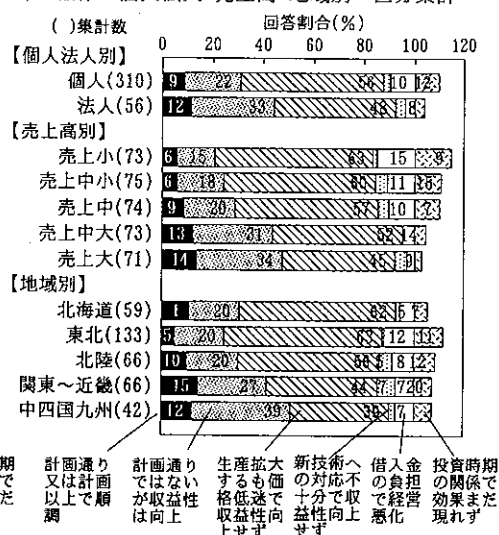
4. 投資効果の自己評価

投資効果の判断・評価は、特に政策金融の場合は重要な事項である。評価の方法としては、投資後の経営実績と経営改善計画の比較、

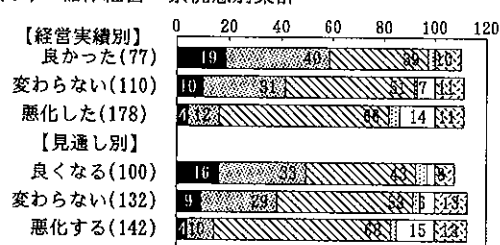
(ア) 経営部門別



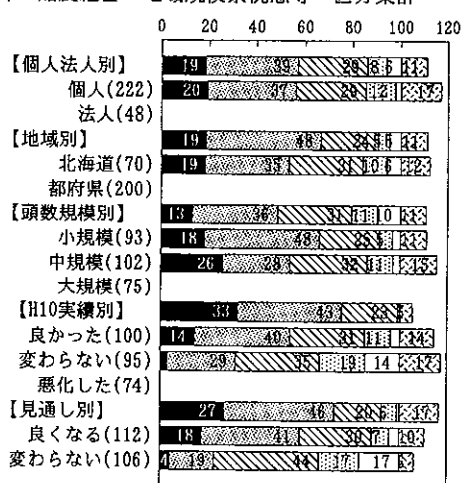
(イ) 稲作 個人法人・売上高・地域別 区分集計



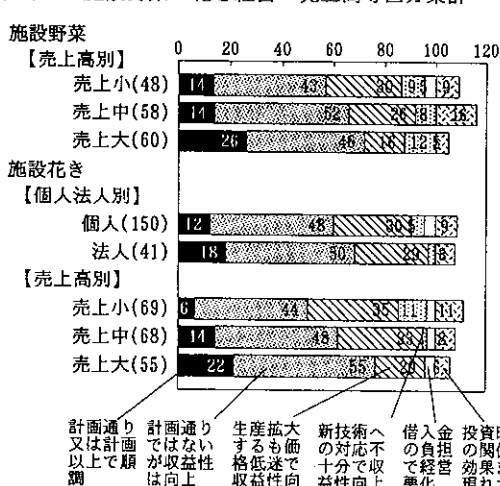
(ウ) 稲作経営・景況感別集計



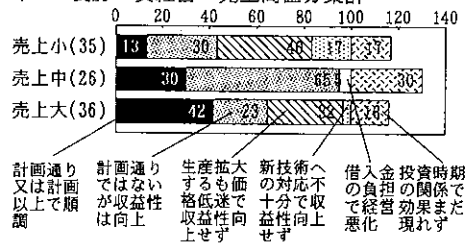
(オ) 酪農経営・地域規模景況感等 区分集計



(エ) 施設野菜・花き経営・売上高等区分集計



(カ) 養豚一貫経営・売上高区分集計



第8図 投資効果の自己評価

資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1)「その他」「無回答」を除いて集計。区分については第4表参照のこと。

注(2)「効果はまだ現れず」を除く5項目の合計を100%として図示した。

経営実績の経年分析などにより客観的に把握することが考えられるが、実際にこれを集計データとして扱える状況にはない。そこで、ここでは経営主に対して、投資効果をどうみているかを自己評価という形で直接設問し、実態に接近しようとした。第8図がその結果であり、経営部門別および区分集計結果を示した。なおこの図では「投資時期の関係で効果はまだ現れず」という判断保留の項目を除き、評価が下されたとみなされる回答部分の合計を100%として示した。

全体では「計画通り・計画以上で順調」は17%、「計画以下だが収益向上」35%、「生産拡大するも価格低迷で収益改善せず」36%、「新技術への対応不十分で収益性向上せず」6%、「借入金の負担で経営悪化」5%、となっている。

経営部門別でみると、稲作では「生産拡大するも価格低迷で収益改善せず」が55%を占めて最多であり、その比率は北海道畑作、採卵鶏、肉用牛でも40%を越えた。「順調」が多いのはかんきつで最多の37%、養豚と採卵鶏も30%前後に達し、また施設野菜・花きでは「計画以下だが収益向上」が40%以上を占め、これらの部門では評価は比較的高かった。茶・かんきつ・りんごの永年性作物では「効果はまだ」が全回答の22~24%を占めた。「借入金の負担で経営悪化」との回答はりんごと北海道畑作で10%を越え、稲作も9%に達した。

以上から全体的には「順調」の比率は高いとはいえず、特に稲作と北海道畑作では農産物価格の低迷から目算通りの経営展開に至らない割合が高かった。「順調」と「悪化した」は稲作で同数、畑作では後者の方が多かった。ただし「計画以下だが収益向上」まで含めると、肯定的な評価の部門が多かった。他方、投資が収益性の向上に結びついていないとした解答では価格の低迷を理由にあげる割合が高く、技術問題を理由にしたのはプロイラー

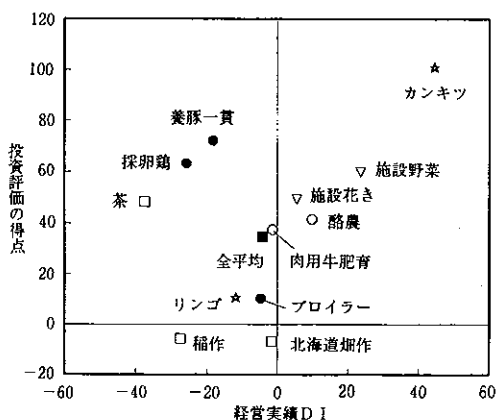
で高い程度であった。

稲作の区分集計では、売上規模別では大きい階層ほど「順調」「計画以下だが収益向上」の比率が漸増したが、最大規模層でも両者の合計は48%に止まった。地域別では関東以西で肯定的評価の割合が相対的に高かった。稲作の景況感別では、実績別と見通し別ともに回答傾向に差がみられた。

施設野菜・施設花きについても、売上の大きい階層でプラスの評価が多かった。

酪農では北海道と府県の地域別では「順調」の割合は等しく、「計画通りでないが収益性は向上」の割合は北海道の方が高かった。「生産拡大するも価格低迷で収益改善せず」との回答は府県が7ポイント多かったが、生産物価格の動きをみると8年から10年にかけて1kg乳価は北海道76.0→69.3円(-8.8%)、都府県91.8→90.7円(-1.2%)であり⁽¹⁾、回答結果とは整合しなかった。これは投資時点での元々の予測の差というよりは客観的な経営環境の変化の認識と経営実績の要因に関する主観的な判断が異なった結果であると思われる。酪農部門は経営間での生産物価格の差が小さいが、思うような経営実績があげられなかった場合の理由を外部条件、特に価格低迷に求めるのか、或は内部的な要因に求めるのかについての主観的な判断の違いである。この回答結果からは、経営の実績が上がらなかった場合の要因を生産物価格に求める傾向がみられる。この点は、稲作経営において「生産拡大するも価格低迷で収益改善せず」との回答が各区分とも大きな割合を占めるのとは内容が異なっている。

酪農の景況感別集計からは、投資の評価は経営実績と結びつけて評価されていることがわかる。また「生産拡大するも価格低迷で収益改善せず」との回答は、実績が良かったで23%、悪化したで35%とほぼ全体的な認識であるのに対し、「新技術への対応不十分で収益性向上せず」は悪化したの19%を占めて特に



第9図 投資実績の評価と経営実績の関係
(経営部門別)

注. 評価の得点は、「順調」2, 「計画以下だが増益」1, 「価格低迷で効果なし」-0.5, 「新技術対応不備で効果なし」-1, 「負債増加で経営悪化」-2 をそれぞれの回答率に乗じて求めた。

高かった。今後の見通しとの関連では、悪化するとみる回答の中で「新技術への対応不十分で収益性向上せず」「借入金で経営悪化」が各々17%を占めており、投資効果を厳しく評価する経営の中には今後とも厳しい状況が続くとみる割合が少くないこともわかる。また「投資時期の関係で効果はまだ現れず」との評価をした経営では実績で悪化したとの回答が多いが、見通しは良くなるとする割合が高かった。

以上の投資効果の評価はあくまでも経営主の自己評価に基づくものであり、実際には経営成績の変化が価格変動によるものか投資効果によるものかは見極めが難しい場合も多い。この点に関して、業績の景況感と投資効果の評価の関係を経営部門別にみたものが第9図である。ここでは投資効果について回答を得点化することで両者の関係を示した。

図のとおり両者の間には正の相関がみられるが、大きくは左上に位置する養豚・採卵鶏・茶と、そのほかの9部門の2群に別れる。前者は経営実績が悪かったにもかかわらず相対的に投資効果を高く評価している部門であり、

経営者からみて10年度実績の悪化は循環的ないし偶然的な要因による短期の結果として捉え、中長期的な設備投資自体は経営改善に寄与しているとの判断である。これに対し後者は、投資が及ぼす純粋な効果と景気変動の影響を分けて捉えるのが難しいことを表している。その中で、北海道畑作経営はDIの水準の割に投資の評価が低い。その理由として、第4図でもみたとおり中期的に不況感が続いており、投資に見合った収益がないことがあげられる。また、生産物の価格変動で見方が大きく変わる部門が多い中で、酪農については業績悪化を価格以外の要因に求める傾向もあることが平均的な投資評価がやや低位にあることの理由とみられる。

注(1) 各年の貸付先経営動向把握調査・酪農個人経営平均の値。

5. 経営の展開方向と経営者が求める 営農情報

中心的な担い手と目される農業経営者の経営管理能力の向上、経営者機能の強化が言われる。しかし、個別の経営者のレベルでは対応に限界もあり、経営(者)機能の一定部分を外部に依存しつつ自らの経営展開の中で重点的に取り組む事項を絞り込んでいくことも多いであろう。農業経営者が自らの経営にどのような課題意識を持ち、何に重点的に取り組もうとしているのか、また外部に対しては何を求めているのかを把握することは、担い手農家の経営支援という点で前提となる事項でもある。

ここでは、経営者は実際にどのような経営機能の強化を重視し、経営の展開方向をどう捉えているか、また、その実現のために、自らの創意工夫と併せて外部に対してはどのような営農情報を求めているか、またそうした情報の供給元としてはどこを重視しているか

などについて平成9年度と10年度の2カ年にわたって調査した結果を取り上げ、検討を行う。

(1) 営農上の課題意識と経営の展開方向に関する意向

平成9年度調査では「今後の経営の展開方向(自らの経営で当面実現したいこと)」について規模拡大、技術改善、新技術導入、環境保全型の生産技術導入、販売、経理、労働時間短縮等の選択肢を設けて優先順位を尋ねた。実際のスーパー11資金の融資実行に当たっては、十分な経営実績がある、資産面で財務の安全性が高い、経営の将来性が見込まれる、産地形成などバックアップ体制がある等が条件とされ、とりわけ経営実績は重要視される。その意味でこの設問は、生産技術が既に一定水準にあるとみられる経営が今後の経営展開や経営改善方向として流通販売面、経営管理面、環境保全型技術、労働時間やゆとりなどに対してどのような関心を抱くかを明らかにしようと意図したものである。また、行政がその育成を目指すとしている「経営感覚に優れた効率的かつ安定的な経営」が、ごく一部の先進的な経営は別にして、「層」として想定される担い手(認定)農業者の次元においてはどのような経営者機能に対して課題意識が強いかを検討するということでもある。(文献〔2〕〔5〕参照)。

主な経営部門の結果の概要は第5表のとおりである。項目ごとに5位までの累計と1・2位の回答率、さらに順位による重み付けによって回答項目を得点化した値を示した(全員が5位まで選べば平均が100となる)。なお、選択肢の項目は経営部門により共通のものと部門別のものがある。

部門ごとの特徴を概観すると、稲作では当面の規模拡大に関して借地と作業受託への関心が高いことが特徴であった。北海道畑作では栽培技術の改善に関する事項に回答が集中

し、農地購入への関心も高かった。かんきつでは新品種の導入と栽培技術が並んで関心が高く、りんごでは販売方法の改善に回答が著しく集中し、果樹の両部門はかんきつが生産、りんごが流通という対照的な回答であった。施設園芸は野菜・花きとも栽培技術の改善と施設の増設等による規模拡大志向が強かった。酪農は全体的には飼養管理技術改善への関心が高かったが1位に限れば増頭が34%を占め、拡大志向も依然として大きいことが示された。肉用牛では規模拡大や糞尿処理と並んで資金管理などの経営管理への関心も高かった。養豚では防疫対策に回答が集中し糞尿処理が続いた。採卵鶏は防疫対策と販売方法改善に関して関心が高かった。

全体を通じてみると、基本技術の改善に関する事項では、筆者の事前の問題意識の関係もあり稲作や肉用牛など一部に十分適切な選択肢を設けなかった部門があるが、これを除けば耕種・園芸部門での栽培技術、畜産部門での飼養管理技術といった項目の回答割合が全般に高く、多くの部門で流通販売対応や狭義の経営管理といった部門に比べ予想した以上に技術志向の強さ、特に基本技術の確立について関心が高いことがわかった。また、労働時間の短縮・ゆとりに関しては上位にあげた割合は少なかったが3～5位の回答は多く、特に施設野菜や酪農、肉用牛、かんきつなどでは累積回答率は高かった。さらに園芸部門では流通販売面への関心は高めであった。

(2) 経営者が求める営農情報

上にみたとおり、技術志向という特徴を受けて、経営者の内的な意向から進んで、10年度調査では経営改善・経営展開を図る上で外部に対してどのような情報を求めているかを尋ね、合わせて前年に部門によって設問に濃淡があった技術改善に関する事項についても、これを外部から得る営農情報という形で捉えた場合の位置づけを改めて検討した。また、

第5表 農業経営者の意向・今後1～2年ほどの間に実現したいこと

(単位：回答割合%)

部門 件数	項 目	1-5位回答割合			部門 件数	項 目	1-5位回答割合			
		合計	うち 1位	うち 2位			合計	うち 1位	うち 2位	
稲作 410	農地購入による規模拡大	20	9	3	53	ハウス等施設の増棟・拡充・改善	58	24	12	154
	農地借入れによる規模拡大	57	18	15	124	栽培作物の種類転換や品目数増加	47	12	20	117
	作業受託の規模の拡大	48	16	14	114	肥培管理技術の改善	58	20	12	142
	大型・高性能機械・新種の機械導入	24	2	5	41	省エネルギー化・投入資材の節約	41	3	10	70
	稲作以外の複合部門の導入・拡大	47	13	9	99	市場情報の入手・把握	56	12	11	118
	直播栽培の導入・拡大	16	1	3	24	移植機・選花機などの機械の導入	14	1	3	23
	有機・減農薬栽培の導入・拡大	40	5	11	74	有機又は減農薬栽培の導入・拡大	12	1	3	21
	産直など販売方法の改善	52	8	11	91	産直など販売方法の改善	39	8	8	80
	簿記帳資金管理など経営管理強化	51	8	10	95	簿記帳資金管理など経営管理強化	53	8	10	99
	労働時間短縮でゆとりをつくる	52	6	5	80	労働時間短縮でゆとりをつくる	57	9	8	100
北海道 畑作 64	農地購入による規模拡大	41	25	11	131	搾乳牛の増頭による規模拡大	55	34	10	175
	農地借入れによる規模拡大	38	17	8	103	飼料の作付面積の拡大・単収の増大	43	10	9	90
	品種・栽培技術改善で単収品質向上	78	27	28	207	飼料給与衛生面で飼養管理技術改善	79	19	30	187
	大型・高性能機械・新種の機械導入	45	2	11	71	受精卵移植で和子牛生産や乳牛改良	36	3	7	61
	栽培品目の比率変更や新作物の導入	50	6	11	98	糞尿処理の適正化・効率化	72	19	17	131
	露地野菜部門の導入・拡大	22	2	5	39	搾乳・飼料作の高性能設備機械導入	20	3	2	35
	有機又は減農薬栽培の導入・拡大	36	5	6	65	化学肥料薬品など化学物質投入削減	18	0	2	25
	産直など販売方法の改善	30	6	5	57	産直など販売方法の改善	9	1	1	16
	簿記帳資金管理など経営管理強化	48	6	8	84	簿記帳資金管理など経営管理強化	52	3	8	81
	労働時間短縮でゆとりをつくる	58	5	6	89	労働時間短縮でゆとりをつくる	66	6	11	105
かんきつ 65	園地の購入による規模拡大	23	9	6	62	肥育牛の増頭による規模拡大	46	30	3	144
	園地の借入れによる規模拡大	26	5	9	58	現在の肥育牛の種類や系統の転換	36	16	10	101
	肥培管理剪定摘果など基本技術改善	63	28	14	169	繁殖部門・育成部門の導入・拡大	23	6	9	55
	新品種への転換・改種の推進	72	25	22	188	受精卵移植で優良系統子牛の生産	12	3	3	28
	ハウス栽培の導入・拡大	14	5	3	33	糞尿処理の適正化・効率化	63	14	17	137
	大型高性能機械導入園内作業道整備	51	14	15	116	高性能の設備や機械類の導入	23	1	8	42
	有機又は減農薬栽培の導入・拡大	32	2	3	47	抗菌物質など薬品類の投入量削減	5	1	1	9
	産直など販売方法の改善	46	9	15	103	産直など販売方法の改善	29	3	10	54
	簿記帳資金管理など経営管理強化	51	3	5	74	簿記帳資金管理など経営管理強化	61	17	18	145
	労働時間短縮でゆとりをつくる	65	2	8	95	労働時間短縮でゆとりをつくる	63	6	15	113
りんご 50	園地の購入による規模拡大	14	6	2	34	母豚や肥育豚の増頭による規模拡大	33	18	2	91
	園地の借入れによる規模拡大	10	2	2	21	現在の肥育豚の種類や系統の転換	26	7	8	62
	肥培管理剪定摘果など基本技術改善	42	6	12	82	S P F 豚の導入	4	0	4	11
	新品種への転換・改種の推進	64	12	16	133	防疫対策の徹底・強化	76	25	24	196
	わい化栽培の導入・拡大	30	14	6	83	糞尿処理の適正化・効率化	63	18	16	147
	大型機械や高性能機械の導入	10	0	2	14	高性能の設備や機械類の導入	24	6	4	50
	有機又は減農薬栽培の導入・拡大	68	4	18	116	抗菌物質など薬品類の投入量の削減	43	4	8	72
	産直など販売方法の改善	88	36	28	242	産直など販売方法の改善	39	5	14	82
	簿記帳資金管理など経営管理強化	68	14	8	130	簿記帳資金管理など経営管理強化	47	7	8	89
	労働時間短縮でゆとりをつくる	56	6	6	94	労働時間短縮でゆとりをつくる	58	7	7	98
施設野菜 189	ハウス等施設の増棟・拡充・改善	50	28	7	147	飼養羽数の増引による規模拡大	26	4	3	48
	栽培作物の種類転換や品目数増加	27	5	8	57	現在の採卵鶏の種類や系統の転換	26	1	10	48
	肥培管理技術の改善	62	22	24	165	飼料給与の適正化・効率化	42	8	8	84
	省エネルギー化・投入資材の節約	46	6	9	88	防疫対策の徹底・強化	73	20	26	178
	市場情報の入手・把握	31	3	7	56	糞尿処理の適正化・効率化	61	19	12	143
	移植機・選果機などの機械の導入	14	2	3	27	高性能の設備や機械類の導入	26	5	5	54
	有機又は減農薬栽培の導入・拡大	40	6	11	81	抗菌物質など薬品類の投入量の削減	6	0	1	9
	産直など販売方法の改善	46	8	9	90	産直など販売方法の改善	69	24	18	173
	簿記帳資金管理など経営管理強化	49	4	10	81	簿記帳資金管理など経営管理強化	49	10	7	92
	労働時間短縮でゆとりをつくる	67	15	8	129	労働時間短縮でゆとりをつくる	64	7	8	103

資料：平成9年度貸付先経営動向把握調査(10年春調査)による。

注(1) 各類型ごとに10項目中から重視する順に1～5位まで選択。

注(2) 得点は順位で重み付けしたもので、1位10、2位6、3位4、4位3、5位2を回答割合に掛け2.5で割った値。
(全員が5位まで選ぶと平均値は100となる)

そうした各種の情報をどこに求めているかについて設問した。これについては、関係機関(行政・指導機関・各種団体等)が的確な活動を行うための経営者側のニーズの把握ということも念頭に置いた。

第6表は、経営者が求める営農情報の種類

について尋ねた結果である。主な経営部門ごとに、表に示した営農情報の10の選択肢から4位まで選択したものであり、順位によって重み付けした得点も示した。なお選択肢の項目は部門間で共通のものと部門別のものがある。

第6表 農業経営者が求める営農情報の種類

(単位: 回答割合%)

項 目 (情報の種類)	1-4 位回答割合				1-4 位回答割合				1-4 位回答割合				1-4 位回答割合			
	合計	うち1位	うち2位	得点	合計	うち1位	うち2位	得点	合計	うち1位	うち2位	得点	合計	うち1位	うち2位	得点
	稲 作 (合 計)				稲 作 (個人経営)				稲 作 (法人経営)				北海道畑作			
新しい栽培技術	56	26	11	164	56	26	12	166	57	25	7	156	64	34	13	205
生産資材価格・新資材	45	7	17	108	44	7	17	110	46	3	16	101	49	10	12	118
機械・建物・農地・雇用労働	44	11	10	109	45	13	10	116	36	2	5	73	38	2	15	87
気象・病虫害・土壌分析など	30	2	9	64	30	2	9	65	26	2	10	57	56	10	15	131
市場・品種・時期別等の販売価格	39	10	13	102	37	11	12	98	51	8	18	126	39	10	12	97
消費動向・消費者の志向・要望	43	12	11	110	40	9	10	98	56	30	13	176	16	2	7	39
流通業者・販売先・加工業者	34	8	9	85	33	8	9	85	34	8	8	81	30	8	8	75
記帳や資金財務等経営管理	25	3	5	49	25	2	4	48	30	8	10	78	23	3	3	45
該当部門の輸出入や国際市場動向	14	3	5	29	16	4	5	41	5	2	2	14	16	3	7	41
該当部門の行政施策・各種事業	64	16	12	154	65	17	12	157	59	13	12	138	54	16	7	132
	かんきつ				りんご				施設野菜				施設花き			
栽培法・新品種等栽培技術	86	52	17	287	75	41	14	233	83	57	12	284	80	46	13	256
生産資材価格・新資材	40	3	20	94	39	6	16	98	55	3	30	130	44	2	16	91
機械・建物・農地・雇用労働(果樹)	49	11	9	113	39	2	20	90	—	—	—	—	—	—	—	—
機械・建物・農地(施設園芸)	—	—	—	—	—	—	—	—	16	3	3	37	13	2	2	25
雇用労働力(施設園芸)	—	—	—	—	—	—	—	—	22	3	7	51	16	1	4	32
気象・病虫害・土壌分析など(果樹)	49	8	9	115	45	6	16	105	—	—	—	—	—	—	—	—
市場・品種・時期別等の販売価格	52	8	20	126	29	12	8	84	55	9	17	132	53	14	20	144
消費動向・消費者の志向・要望	43	8	14	105	57	14	10	143	42	10	8	104	72	22	19	193
流通業者・販売先・加工業者	8	0	3	15	8	0	2	14	28	5	6	63	25	2	9	55
記帳や資金財務等経営管理	20	2	0	36	31	4	8	69	28	3	6	57	26	2	6	54
該当部門の輸出入や国際市場動向	3	0	0	5	22	6	4	55	17	2	2	32	24	5	3	54
該当部門の行政施策・各種事業	49	9	8	105	51	10	4	103	45	4	8	88	34	4	5	69
	酪 農				肉用牛(肥育)				養豚・一貫				採卵鶏			
価格・特性・改良等素牛関係(肉牛)	—	—	—	—	62	34	11	193	—	—	—	—	—	—	—	—
肥育牛の飼養管理技術(肉牛)	—	—	—	—	61	22	19	177	—	—	—	—	—	—	—	—
飼養管理や系統等の生産技術	62	33	11	193	—	—	—	—	33	12	7	93	53	24	7	148
飼料・ヒナ等の資材価格・新資材	41	10	13	107	18	1	8	39	37	4	12	86	46	7	16	110
機械・畜舎・農地・融資・雇用労働	32	5	10	76	22	2	4	46	16	5	3	40	28	5	4	66
衛生管理や疾病(養豚・採卵鶏)	—	—	—	—	—	—	—	—	25	25	25	224	61	26	22	187
市場・品質系統・時期別等販売価格	22	2	7	49	51	11	15	129	21	2	4	42	19	0	8	39
栽培調製等自給飼料生産(酪農)	29	6	8	69	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
消費動向・消費者の志向・要望	23	4	7	53	30	6	8	70	42	10	11	102	51	16	15	141
糞尿処理技術	67	21	18	179	33	6	7	75	44	12	9	112	42	7	10	92
記帳や資金財務等経営管理	38	4	7	77	25	1	6	48	32	3	8	70	30	5	3	65
該当部門の輸出入や国際市場動向	20	2	5	44	32	4	6	66	39	11	9	99	18	4	7	48
該当部門の行政施策・各種事業	59	14	14	142	59	13	15	143	51	8	12	110	47	5	8	96

資料: 平成10年度貸付先経営動向把握調査(11年春調査)による。

注(1)「—」は該当がない部分。

(2) 各類型ごとに10項目中から重視する順に1~4位まで選択。

(3) 得点は順位で重み付けしたもので、1位10、2位7、3位5、4位3を回答割合に掛け2.5で割った値。

(全員が4位まで選ぶと平均値は100となる)

部門ごとに重視する情報の種類に関して特徴を概観すると、まず稲作については栽培技術情報が首位で、行政施策関連情報がこれに続き、両者の得点差は小さかった。資材、資本、価格、消費の情報は同水準であった。稲作については個人経営と法人経営を分けた結果も示したが、法人経営では消費に関する情報が第1位を占めるなど販売流通面の情報重視度は個人経営を大きく上回り、違いが大き

かった。また、北海道畑作経営では栽培技術情報が首位で、行政と生産環境(気象・病虫害・土壌等)の情報が続いた。

果樹と施設園芸の各部門は、栽培法・新品種等の情報に回答が集中し、特にかんきつと施設野菜では第1位にあげた割合が各々52%、57%に達した。また、施設花きでは消費関係の情報についても重視度が高かった。これ以外の項目では、りんごで消費、施設野菜で販

第7表 農業経営者が重視する営農情報の入手元

(ア) 重視している技術情報の入手元

(単位: 回答割合%)

項 目 (情報の種類)	1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合		
	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位
	稲作(合計)			稲作(個人経営)			稲作(法人経営)			北海道畑作			かんきつ			りんご		
普及センター(病虫害防除所)等	68	39	19	67	37	19	74	48	15	77	36	30	45	11	25	41	16	14
試験研究機関・大学	18	3	9	18	4	8	21	2	12	18	5	7	39	9	11	43	10	22
農協(JA)の営農指導員等	51	17	21	55	19	21	33	8	20	49	18	21	69	42	15	41	24	8
先進農家・先進地視察	44	9	14	41	9	12	59	10	26	28	10	8	59	19	17	55	22	14
民間の資材業者・出荷業者	40	13	16	38	12	16	51	20	16	43	13	8	22	3	6	33	10	16
周辺農家・営農部会など	24	4	8	26	5	9	10	3	5	36	8	13	42	12	15	31	8	16
各種メディア(新聞雑誌書籍TV)	41	11	11	39	12	11	51	10	7	36	3	12	15	3	8	37	4	10
親から・自分の経験	8	2	3	9	2	3	0	0	0	12	5	2	9	0	3	8	0	2
その他	2	1	1	2	1	1	2	0	0	2	2	0	2	2	0	8	8	0
	施設野菜			施設花き			酪農			肉用牛(肥育)			養豚一貫			採卵鶏		
普及センター(病虫害防除所)等	54	22	17	36	13	8	47	19	15	33	13	6	19	3	4	19	5	5
試験研究機関・大学	18	3	8	20	3	5	11	2	4	20	4	12	13	3	7	24	4	11
農協(JA)の営農指導員等	42	16	16	8	1	5	25	11	8	41	21	13	12	7	5	8	5	1
獣医・共済・家保	—	—	—	—	—	—	51	17	21	30	8	12	49	13	22	28	8	5
先進農家・先進地視察	46	14	13	73	31	28	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
民間の資材業者・出荷業者	60	23	20	76	33	26	49	18	13	32	13	9	74	37	25	81	45	27
周辺農家・営農部会など	25	6	10	28	7	10	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
先進農家・視察・周辺農家	—	—	—	—	—	—	50	14	19	69	22	27	48	12	16	55	11	26
各種メディア(新聞雑誌書籍TV)	33	10	12	35	6	12	48	12	16	38	7	13	49	16	15	53	11	19
親から・自分の経験	9	2	2	9	1	2	9	3	1	18	6	5	8	1	1	14	3	3
その他	6	3	2	8	4	2	5	3	1	12	6	2	11	7	1	11	8	1

(イ) 重視している流通・販売情報の入手元

(単位: 回答割合%)

項 目 (情報の種類)	1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合			1-3位回答割合		
	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位	合計	うち 1位	うち 2位
	稲作(合計)			稲作(個人経営)			稲作(法人経営)			北海道畑作			かんきつ		
公的機関(役場・普及センター等)	30	6	13	32	8	15	18	0	3	31	7	16	25	6	8
農協(JA)	61	36	14	66	41	15	34	18	10	85	66	13	72	61	12
民間の資材業者・出荷業者	56	22	21	53	20	20	71	34	23	64	13	31	26	8	11
先進産地・周辺農家	37	6	15	38	6	15	36	5	13	34	0	12	43	8	22
各種メディア(新聞雑誌インターネット等)	45	11	16	43	9	15	56	21	25	34	5	10	34	3	12
市場の担当者	18	4	5	18	4	5	18	3	7	26	5	10	57	17	22
量販店等の小売店	21	5	6	18	4	6	38	15	8	10	3	3	19	0	8
消費者	18	6	6	18	6	5	23	3	12	8	2	2	20	8	5
その他	2	1	1	2	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	施設野菜			施設花き			酪農			肉用牛(肥育)			養豚一貫		
公的機関(役場・普及センター等)	18	1	4	9	2	2	32	5	14	17	5	3	12	3	4
農協(JA)	64	38	17	24	12	7	70	52	10	55	27	13	25	14	4
民間の資材業者・出荷業者	35	8	10	45	10	14	53	21	21	48	18	19	63	32	20
先進産地・周辺農家	26	2	12	47	9	21	42	4	18	43	8	19	38	10	18
各種メディア(新聞雑誌インターネット等)	34	10	10	33	5	13	47	8	18	39	11	13	47	13	16
市場の担当者	65	28	30	82	52	22	17	3	7	63	22	26	36	11	11
量販店等の小売店	32	6	13	39	6	15	6	1	2	15	4	4	25	4	10
消費者	10	3	2	6	1	2	10	2	4	5	1	1	11	4	5
その他	4	3	1	3	2	1	5	4	1	6	4	0	11	7	3

資料:平成10年度貸付先経営動向把握調査(11年春調査)による。

注(1) 回答割合は%。「—」は該当がない部分。

(2) 各種類型ごとに9項目中から重視する順に1~3位まで選択。

売価格と生産資材、施設花きで販売価格の情報の重視度が比較的高かった。また、生産環境の情報に関しては、稲作に比べ畑作や園芸部門の方が重視度が高かった。

畜産では、酪農は飼養管理等の生産技術情報が得点・1位割合ともに首位であったが、

解答率の累計では糞尿処理技術情報が最多であり、また行政施策情報の重視度も比較的高かった。肉用牛では素牛関係情報が首位で、飼養管理技術と行政施策情報がこれに続いた。養豚は衛生管理情報に回答が著しく集中した。採卵鶏も衛生管理情報が首位であったが、飼

養管理等生産技術と消費関係の情報への関心も比較的高かった。畜産全体でみると、糞尿処理問題については特に酪農で関心が高く、その解決方法を外部の情報に強く求めていることがわかる。これに比べて肉用牛での重視度は比較的低く、同じ大家畜部門であっても対照的であった。販売価格の情報については肉用牛で関心が高いのに対し他の3部門ではやや低く、この点でも差がみられた。

全体を通じてみると、第1に生産技術情報を重視しこれを外部に求める意向が強いことが指摘できる。前年調査で未確認の部門も含めた、経営内部での自らの努力目標という以上に外部に対して具体的な情報を求めるという意味での技術志向である。ただし、これには技術情報への志向が著しく集中する部門とそれほどでもない部門がみられた。また、行政施策関連情報の重視度が高い部門が多いことも注目すべきこととして指摘できる。消費関係の情報については部門間で関心に大きな差がみられ、また財務等の経営管理に関する情報や国際市場の動向に関する情報については、相対的な重視度は低位であった。

(3) 重視する営農情報の入手元

農業経営者が外部に求める種々の情報について、情報入手元としてどこが役立っているかを尋ねた結果が第7表である。技術情報と流通・販売情報のそれぞれについて、経営者が重視する情報発信元を3位まで順位をつけて選択してもらった。なお、この設問も経営部門により選択肢が一部異なっている。

まず(ア)技術情報についてみる。稲作は全体では普及センター等が首位で農協が続く。稲作の法人経営に限れば、農協への依存度と周辺農家への依存度は小さく、その分普及センター等、先進経営、民間業者、各種メディアの重視度が増している。北海道畑作も普及センター等への依存度が大きく、農協が続いている。かんきつでは農協が首位で先進経営が

続き、りんごは先進経営がやや多いが情報の入手元は広く分散している。施設野菜は民間業者が首位で普及センター等が続く、施設花きは民間業者と先進経営が同水準で他の項目との差が大きい。酪農では技術情報の入手元は広く分散した。肉用牛では他の先進経営が首位で農協が続く、1位の割合では両者の差はなかった。養豚は民間業者が首位で、先進経営と各種メディア、獣医等の重視度も高かった。採卵鶏は民間業者を重視する比率がかなり高く、先進経営と各種メディアが続いた。

全体を通じてみると、技術情報の入手元としては民間業者重視型の中小家畜を除き、普及センター等の重視度が高かったということが第1に指摘できる。特に稲作、畑作、施設野菜、酪農といった部門ではその傾向が強かった。また、農協の重視度はかんきつで特に高く、稲作、畑作、野菜、肉用牛などでも高めであったが花きや中小家畜では低かった。また、各部門とも先進経営等を情報源としてあげる割合も比較的高かった。試験研究機関等ではりんごで、各種メディアは中小家畜で、それぞれ相対的に重視度が高かった。

次に(イ)流通・販売情報に関して重視している情報入手元をみる。稲作は農協が首位であるが民間業者の重視度も比較的高く、各種メディアが続いている。法人経営に限れば民間業者の重視度は非常に高く、さらに各種メディアや小売店の重視度も高く、個人経営とは大きく異なった。北海道畑作は圧倒的に農協重視、かんきつは農協と市場担当者、りんごはやや分散し、農協、市場担当者などのほか消費者をあげる割合が比較的高かった。施設野菜は農協と市場担当者が上位を占めるが、施設花きは市場担当者の重視割合が特に高く、1位で52%を占めた。酪農は農協の重視度が高く、肉用牛は回答が分散し1位割合では農協、累計では市場担当者であった。養豚と採卵鶏では民間業者の重視度が最も高かった。

全体では、農協重視型、民間業者重視型、

市場担当者重視型に分けられる。その中で、施設花きと採卵鶏では小売店、りんごと採卵鶏で消費者を重視する割合も比較的高く、また各種メディアをあげた割合は採卵鶏、酪農、養豚、稲作で高かった。

(4) 営農情報に関する区分集計結果

第8表・第9表は主な経営部門について区分集計を行い、各区分ごとに当該区分に含ま

れる経営が、重視する情報として4位まで(情報入手元は3位まで)に選んだか否かを、区分に含まれない回答結果の合計と比較し(2×2分割表)、回答傾向の差をカイ2乗検定によって統計的に検定し、有意差がある区分項目名を示したものである。したがって、これは各区分間の回答の相対的な傾向差の有無を示すものである。

第8表(稲作・施設園芸)をみると、稲作

第8表 農業経営者が求める情報とその入手元・区分集計による相対比較
——稲作・施設園芸部門——

(集計区分ごとに、各選択項目を選択した累積回答者数と選択しない回答者数を、他の集計区分の選択の有無別の回答者数と比較し、カイ2乗検定によって双方の回答傾向の有意差(確率5%未満)が認められるものの区分を表示した。空欄は各区分の回答傾向に有意差がなかったものである。区分については第4表参照のこと。)

区 分	稲 作						施設野菜		施設花き			
	個人/法人 (2区分)		売上規模別 (大・中・小・中・小に5区分)		地 域 別 (北海道・東北・北陸・ 関東～近畿・中四国九州 に5区分)		売上規模別 (大・中・小に3区分)		個人/法人 (2区分)		売上規模別 (大・中・小に3区分)	
他の集計区分に対し 相対的に回答が →	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多 い 区 分	少 ない 区 分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分
重視する情報の種類	栽培技術						小	大			中	大
	生産資材						中	大				
	資本(注)											
	雇用	—	—	—	—	—			法人	個人	大	小
	生産環境			小	中	中四九	—	—	—	—	—	—
	市場・価格	法人	個人			北海道			個人	法人		大
	消費動向	法人	個人	大	中							
	流通業者					北海道	大					
	経理				小		中					
	国際動向	個人	法人	中小								
入手先重視する技術情報の	政策・事業				東北		小				大	中
	普及センター等			中小	北海道、東北							
	試験場大学等					東北	大	小				
	農協	個人	法人	小	大	関～近					小	中
	先進農家	法人	個人	大		北海道					中	
	民間業者					北陸						
	周辺農家	個人	法人		大	北海道						
	各種メディア			中小	中大	東北、北陸	北海道、中四九					
	親・自分	個人	法人									
	公的機関	個人	法人	小		東北	北陸					
の入手先重視する流通販売情報	農協	個人	法人	小	大	北海道	北陸、関～近	中	大		小	大
	民間業者	法人	個人	大								
	先進・周辺農家											大
	各種メディア				小						小	中
	市場担当者			中大		北海道	関～近	小				小
	小売店	法人	個人	大	中小	北陸、中四九	北海道、東北	大	小	法人	個人	小
	消費者					関～近	北海道					

資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1) 「資本」の区分は施設野菜・施設花きでは労働力を除いた機械施設資金等の情報。

(2) 累積回答は情報の種類は4位まで、情報の入手元は3位までに選んだ累計である。

では個人経営と法人経営の区分は既に上でも取り上げたが、その差は有意のものが多かった。重視する情報の種類として法人経営で関心が高いのは市場・価格、消費に関する情報であり、技術情報の入手元は法人で先進農家、個人で農協・周辺農家・親や自分の経験、販売情報では法人で民間業者・小売店、個人で公的機関・農協の重視度がそれぞれ高かった。売上規模で5区分した集計結果では、大規模

層＝法人経営という形で結果が重なる項目が多かった。小規模層では経理面の関心が低い、技術・販売両面で情報を農協に頼る割合が高い、流通販売情報でメディアへの関心が低い、といった傾向がみられた。

また稲作の地域別では、重視する情報として、中四国九州では温暖地という条件を反映して生産環境情報、米価が先行的に低落した北海道では市場や販売の情報、そして平成10

第9表 農業経営者が求める情報とその入手元・区分集計による相対比較
——酪農・肉用牛(肥育)・養豚一貫部門——

(集計区分ごとに、各選択項目を選択した累積回答者数と選択しない回答者数を、他の集計区分の選択の有無別の回答者数と比較し、カイ2乗検定によって双方の回答傾向の有意差(確率5%未満)が認められるものの区分を表示した。空欄は各区分の回答傾向に有意差がなかったものである。区分については第4表参照のこと。)

区 分	酪 農						肉用牛(肥育)				養豚・一貫			
	北海道/府県 (2区分)		頭数規模別 (大・中・小 に3区分)		1頭当乳量別 (大・中・小 に3区分)		黒毛/その他 (2区分)		売上規模別 (大・中・小 に3区分)		個人/法人 (2区分)		頭数規模別 (大・中・小 に3区分)	
他の集計区分に対し 相対的に回答が →	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分	多い 区分	少ない 区分
重視する情報の種類	素牛の品種系統	—	—	—	—	—	黒毛	その他	—	大	—	—	—	—
	品種系統・飼養管理			小	大		—	—	—	—				
	生産資材												中	
	資本	北海道	府県		中									
	販売価格													
	自給飼料生産	北海道	府県			小	—	—	—	—	—	—	—	—
	飼養管理	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	衛生管理	—	—	—	—	—	—	—	—	—				
	消費動向												大	中
	糞尿処理技術			大	中	中								
	経理													
	国際動向								大					
重視する技術情報の 入手先	政策・事業						その他	黒毛						
	普及センター等	北海道	府県											
	試験場大学等	府県	北海道	小										
	農協	北海道	府県						小	大			小	
	獣医・共済・家保													
	民間業者			大	小	大	大	中						
	先進・周辺農家										個人	法人	小	
	各種メディア					小			大		法人	個人	中	小
重視する流通販売情報 の入手先	親・自分										法人	個人	中	小
	公的機関													中
	農協	北海道	府県						小	大	個人	法人	小	
	民間業者													
	先進・周辺農家								中	大	個人	法人		大
	各種メディア													
	市場担当者	北海道	府県	中	小									
	小売店								大	中	法人	個人	大	
	消費者	府県	北海道	小					大					

資料：平成10年度貸付先動向把握調査による。

注(1) 「資本」の区分は施設野菜・施設花きでは労働力を除いた機械施設資金等の情報。

(2) 累積回答は情報の種類は4位まで、情報の入手元は3位までに選んだ累計である。

年度に特に経営悪化を訴える割合の高かった東北（第2図参照）では政策情報に対する関心がそれぞれ高かった。技術情報の入手元では普及センター等は北海道・東北で、民間業者は北陸で、各種メディアは東北・北陸でそれぞれ重視する割合がより強く、流通販売情報の入手元は、公的機関は東北、農協は北海道、小売店は北陸・中四国九州、そして消費者は関東～近畿で、それぞれ重視する傾向が高かった。以上の地域的な特徴からは、北海道では農協重視、東北は行政重視の傾向があることがわかる。また、農協依存度は北陸と関東～近畿で低く、前者は民間業者との関わりを、後者は立地特性を反映し直接消費者からの情報入手を、それぞれ重視する傾向がみられた。

施設野菜の売上規模別の区分では、情報の種類では大規模層では流通業者等の情報、小規模層では栽培技術や政策情報の重視度が強く、大規模層では栽培技術や生産資材への関心は相対的に低かった。技術情報の入手元は大規模層で試験場等、流通販売情報では大規模層で小売店を重視し農協依存度は低い、小規模層では市場担当者を重視する、といった傾向がみられた。

施設花きは法人・個人別では差のある項目が少なく、法人で雇用情報重視、情報源として小売店重視の傾向がみられた。売上規模別では、情報の種類では大規模層で雇用と政策の情報を重視する傾向がみられ、栽培技術や市場・価格への関心は相対的に低かった。技術情報の入手元は小規模層で農協重視がみられるほかは区分間の差は小さく、また流通販売情報では小規模層で農協と各種メディアの重視度が高く大規模層では農協や先進経営の重視度が低い、といった傾向があった。

第9表（畜産）については、酪農の北海道と都府県との比較では回答傾向に有意差のある項目が多く、北海道の特徴としては情報の種類で資本や自給飼料生産の情報への関心が

高い、技術情報の入手元は普及センターや農協の重視度が高い、また規模別では大規模経営で糞尿処理技術情報への関心が強い、技術情報は民間業者の重視度が強い、といった特徴がみられた。1頭あたり乳量別による区分集計では明瞭な特徴はみられなかった。

肉用牛は、黒毛和種中心経営とその他の経営で2区分した結果では前者で品種系統情報の重視度が高く、その他の経営では政策情報への関心が高かった。規模別では大規模経営の特徴として品種系統の関心が低く国際動向情報への関心が高い、技術情報源は各種メディアを重視する、流通販売情報源として小売店や消費者の重視度が高いという傾向があり、小規模層では技術・流通情報の両面で農協の重視度が高かった。

養豚は、法人・個人の別では法人で技術情報源として各種メディア、流通情報源として小売店をあげる割合が高く、他の先進経営等の重視度は低かった。また規模別でみると大規模層は消費情報の重視度が高く、販売情報源は小売店を重視する傾向があり、小規模経営では技術・販売両面で情報源としての農協の重視度が高かった。

以上の各部門の区分集計を通じた特徴としては、大規模層や法人経営では生産技術情報の重視度が相対的に低い部門が多く、その分関心は流通販売面へ向かい、流通販売情報の入手も小売店や消費者を重視する傾向があるのに対し、小規模層では技術情報・流通販売情報ともに農協の重視度が高い、といった特徴がみられた。

6. まとめと考察

以上の調査結果の考察から特徴的な事項をまとめ、若干の考察を行う。

(1) 景況感

対象とした経営部門のうち、特に稲作と北

海道畑作では不況感が続いている。投資効果に対する評価からもわかるとおり、生産物価格低迷の影響は大きいものがある。これに対しその他の各部門は景気の変動が大きく、年次によって好況感と不況感が交錯している。また、前年が好況と判断された割合が高い部門の方が引き続き好況が続くとの見通しが多く、その一方で個別経営のレベルでは経営実績が悪かった経営で今後の期待や巻き返し感から強気の見通しをする割合が高い傾向もみられた。

(2) 投資効果の評価

投資効果の自己評価については、「計画通りまたは計画以上で順調」との回答は全体で15%と高い割合とはいえなかった。「計画通りではないが収益が向上」と回答したのは31%と比較的多く、これを含めると肯定的評価をした割合は全体で半数近くであった。米価低迷の影響が大きい稲作部門を除くと、調査先における投資効果に対する評価はますますといえよう。

これに対して「収益の改善がみられない」という回答では生産物価格の予想外の低迷を理由にあげる割合が高く、特に稲作では55%に達した。これに対し「技術水準の向上が追いつかない」を理由にあげる割合は低かった。しかし実際の要因が価格という外部条件にあるのか或いは技術面も含めた個別経営における広義の経営管理の対応にあるのか、経営主の主観的判断だけでは不明な点もあることに注意を要する。

(3) 経営の展開方向と営農情報

自らの経営における課題意識と今後の展開方向の意向では、生産技術の改善や基本技術の確立をあげるものが多く、規模拡大志向や労働時間の短縮についても関心が高かった。これに対し、流通販売面や経理等の経営管理面での対応の強化といった課題は、経営部門

によっては比較的高い関心もみられたが、優先順位としては全体に生産重視・技術志向が強かった。

以上を反映し、外部に求める営農情報という点でみても全体的には技術情報が最重点という傾向が強かった。ただし、細かくみると大規模経営や法人経営では相対的に流通販売消費などの情報を重視する比重が高く、生産・技術志向から流通販売志向への動きをみることができる。また、多くの部門では政策関連情報を重視するという回答も比較的多かった。ここでいう政策情報には価格や経営の安定化政策、補助事業、生産政策など各種情報が考えられるが、最近の農産物価格の全般的な低迷傾向の中で、経営者の意思決定に際しても行政施策が与える影響は相当に大きいことを示しているといえよう。

技術情報の入手元という点では耕種部門や大家畜部門を中心に普及センター等を重視する割合が高く、畑作や園芸部門では農協の比重も大きかった。先進経営も技術情報の入手元としての役割は大きく、また各種メディアを重視し自ら情報収集を行っている比率も比較的高かった。各県の農業改良普及組織は農家の経営・技術指導から地域振興等の行政施策の推進まで広範な役割を担っているが、農業者からみた場合は技術情報の供給元としての評価・期待は依然として大きいことがわかる。他方で先進経営や先進産地の情報を重視する比率も高いことは、こうした現場段階の実践的な技術をいかに組織的に普及指導に取り入れうるかが重要な課題であることを示している。また流通販売情報では経営部門によっては消費者からの情報を重視するとの回答が比較的高いことも注目される。

(4) 考察 —— 経営者の技術志向について ——

2回の調査結果から、公庫資金融資先農業経営者の技術志向の高さが明らかになった。

これは経営者の機能という観点からみると、農業経営者＝技術者ということである。経営学では一般に企業経営が成立する要素および人格的担い手として、所有〔者〕－（狭義の）経営〔者〕－労働〔者〕を想定する。これに対して、家族農業経営ではこれら要素の三位一体構造がいわれ、この三位一体構造の中に埋没しがちな経営者機能をいかに独立させ、近代的な経営者像を確立するかが日本農業の課題であるとされてきた⁽¹⁾。

それではこの3区分との関係において技術者という性格・機能はどこに・どのように位置づけられるだろうか。一般企業、特に製造業を考えると、経営者とも労働者とも重ならない部分で技術者が存在しているとみられる。農業の場合も上の三機能とは独立した位置にあると考えてよいであろう。ついでにいえば、家族農業経営では就業の場＝生活の場でもあるため、「生活者」も加えた「五位一体」構造の下でトータルとしての主体的な行動、意思決定が行われていると考えられ、5機能を上位次元で統括するものが最広義の「経営」であるともいえる。

経営感覚の優れた経営という場合の経営感覚とは具体的にどのように捉えたらよいであろうか。一例として、自ら流通販売に乗り出す経営が増加していることがあげられる。この場合は「経営感覚」抜きでは語れないであろう。経営感覚という場合の経営とは一般には狭義の「経営」を指すとみられる。しかしスーパーL資金の融資先といえども経営機能全般を自己完結的に備えている例はまれで、上の結果からもわかるとおりその多くは普及組織や農協を自らの支援組織として頼りながら、自らの技術水準の向上を最大の関心事としつつ経営がなされていることを確認する必要がある。したがって、経営者が担う諸機能のうち技術者という性格を中心に据えつつ、技術指導・情報提供という形で個別経営を支援する体制を確立し、同時に流通販売面や経

理などの経営管理面など個別経営で十分対応できない部分を地域的に補完する体制を再編・整備していくことが重要な課題である。

この点に関連して農協について触れると、最近では企業的大規模経営の農協離れがいわれ、上記の結果からも大規模層や法人経営など一部にその傾向をみることができた。しかし、上でみた経営者の全般的な関心事項を踏まえると、技術者としての農業経営者の指導、販売体制の確立、経理指導の強化など農協にこそ求められる支援機能でもある。公庫融資先のような専門的経営が全体として農協を不要としているということではなく、むしろ応えるべき余地、その必要性は大きいというべきであろう。

次に技術の内容等に関して若干検討する。この点に関しては、調査項目からは必ずしも具体的に明らかにならない面もあるが、技術志向の内容・背景等について考えてみたい。スーパーL資金融資先のようなある程度実績がある経営においても技術確立と技術情報入手への要求が大きいことの理由として、農業生産が日々条件が変化する自然環境や生物を相手にしているという本来的な特質の他に、最近の経営環境の変化を反映した要因があると考えられる。

その一つは、規模拡大・大規模生産に対応した新技術の確立ということである。規模拡大や投資額の増大によって収益性が低下するケースは珍しくなく、いかに収益性を維持しつつ大規模生産技術を確立（量と質の両立）するかが課題となる。

第2は、いわゆる環境保全型技術の導入である。その目標水準は経営によって異なるにしても、生産者と生産物の安全性、生産基盤の自然的生産力と地域の環境の維持の観点から様々な新技術が開発され導入されつつあり、生産物の有利販売という点でも関心は高い。しかし技術的には未確立の部分も大きい。この点では、農業者が自ら納得する技術を求め

る傾向が強まっているとみられることも重要である。

第3は、上の点にも重なるが、「需要に応じた」生産の展開としての技術問題である。消費動向に応じ或いは先取りして、新品種の導入や作期の変更があれば必ず新たな技術的対応が必要になる。農産物需要が量から質の時代となって、技術改善の方向は極めて複雑多岐になっている。農業生産者は一般に、市場価格を与件とした競争構造下の小商品生産者であり、「市場原理導入」という条件下でますますその性格が強まり、農産物は全般に輸入品との競合も含めて需給緩和基調にある。こうした中で、個別経営の段階で取り組みが可能でかつ有効な対応策の一つとして技術改善があるといえよう。

注(1) 家族経営の構造については文献〔1〕、近代的経営確立の課題に関しては文献〔3〕参照。

7. おわりに

本稿では認定農業者の中でも特に意欲的な経営展開を行っていると思われる農林漁業金融公庫スーパーL資金融資先に対する全国調査から、農業経営者の経営上の課題意識等の一端を明らかにした。L資金の融資先の中でも文字通り企業的な経営に達しているのは一部であり、多くは生産・技術重視の家族経営である。そうした経営にあっても意識という点では経営展開の重点化の方向や情報収集の内容に企業的な感覚が徐々に浸透しつつある。しかし、急激な変化が早急に起こるとまでは言えないとみられる。

取り上げた調査結果に関しては、多様な部門を統一的な内容で調査を行ったこともあって、調査先や項目・内容には一定の限界があり、また得られた結果にはある程度予想される状況を再確認した部分もあるが、経営部門や経営属性別の集計結果を中心に、意欲的な

認定農業者の経営意識をある程度定量的に明らかにできたと考える。

〔参 考 文 献〕

- 〔1〕 酒井惇一「農業経営の企業形態」(吉田寛一・菊本富雄編『農業経営学』, 文永堂, 1980年), 44~68 ページ
- 〔2〕 恒川磯雄「農林公庫融資先農業経営者の経営意識について」(『農業経営研究』第38巻第1号, 2000年6月), 71~74 ページ
- 〔3〕 中島征夫「序章・問題意識」(中島征夫・大泉一貫編『経営成長と農業経営研究』, 農林統計協会, 1996年), 1~3 ページ
- 〔4〕 農林漁業金融公庫『平成10年度貸付先経営動向把握調査結果』(農林漁業金融公庫, 1999年)
- 〔5〕 農林漁業金融公庫『平成9年度貸付先経営動向把握調査結果』(農林漁業金融公庫, 1998年)
- 〔6〕 農林水産省統計情報部『平成10年度農林水産業に関する意向調査・認定農業者の農業経営改善に関するアンケート調査結果』(農林水産省統計情報部, 1999年)

〔付記〕

本稿で取り上げた貸付先経営動向把握調査のうち9年度分については筆者が公庫に在籍当時に取りまとめ等を担当したものです。また10年度分については筆者が調査票の作成までを担当し、本稿の作成にあたって改めて公庫より集計データの提供を受け、組み替え集計と分析等を加えたものです。データの利用に当たっては農林漁業金融公庫融資第一部にご配慮いただいたこと、また担当の松下秀介氏にはいろいろとお世話になりました。この場を借りて感謝申し上げます。