

2017年11月17日

日 本 銀 行  
金融機構局金融高度化センター

## アグリファイナンスに関する地域ワークショップ(第4回)の様相

日本銀行金融高度化センターでは、2017年10月25日、アグリファイナンスに関する地域ワークショップの第4回目の会合を秋田県秋田市で以下のとおり開催した。

日 時：2017年10月25日(水)、9時50分～11時40分

会 場：日本銀行 秋田支店会議室

<プログラム>

▼開会挨拶 吉濱 久悦(日本銀行 秋田支店長)

▼プレゼンテーション

「アグリファイナンスについて ―地域金融機関の取組みの現状と課題―

石橋 由雄(日本銀行 金融機構局 金融高度化センター 企画役)

▼意見交換

<参加者> 秋田銀行 北都銀行 秋田信用金庫 羽後信用金庫

### 1. プレゼンテーションの概要

―― プレゼンテーションの内容は、別掲資料を参照。

「アグリファイナンスについて ―地域金融機関の取組みの現状と課題―

石橋 由雄(日本銀行 金融機構局 金融高度化センター 企画役)

これまで一部の先を除いて、民間金融機関のアグリファイナンスへの取組みが活発とは言えなかった。その背景にはいくつかの課題が存在するが、実はいずれの課題も対応が可能である。農業分野は、地域金融機関にとって身近に存在し、かつ「逃げない産業」であり、この分野に積極的に関わることは、金融機関の営業基盤を強化するとともに、地域活性化への貢献という意味でも重要である。また、わが国の農産物への海外需要が高まるなど、農業分野は、今後もさらなる成長が見込まれる期待分野である。

## 2. 意見交換のポイント

### (1) 取組みが乏しかった背景と考え方

- ・ 農業関連融資の取扱い拡大を目指し、農業信用基金協会と保証委託契約を交わして2年少々経ったが、めぼしい取扱いはない状況である。その背景として、一つには、営業店担当者は既存の商工業関連向け融資の推進には積極的であるが、そちらに手を取られて、農業関連融資の取組みは二の次となっていることがある。二つめとしては、本部でも農業関連融資の取組み方針、例えば1次産業者への直接の貸付をターゲットとするのか、6次産業化を支援するのかといった方針を示せていないことがある。三つめとして、人材不足という課題を抱えているなかで、新たな取組みを行う体制が整えられなかったということがある。今回の勉強会を機に、他の金融機関の取組みを参考にしていきたい。
- ・ 本部が農業関連融資に対する方針を示せていないために、営業店での取組みも進まない。農地は担保に取れないという意識が強い。この意識の転換を図り、事業性評価を行わなければいけないのであるが、役職員にスキルがなく、積極的には推進できていない。ただ、支店が所在している地域によっては、農家顧客との預金取引も多く、取引を広げていく余地はあると考えられる。
- ・ 農業関連融資を「やらなければならない」ということではない。農業関連分野には敢えて取り組まないという経営判断も一つの合理的な判断であろう。人員の制約のある組織では、得意分野や注力分野に優先的に経営資源を配分することは当然のことと考えられる。一方で、本部が明確に積極的に取り組むという方針を示さないと、多忙な営業店の現場は動けない。経営としての考え方を明確に示すことは必要であろう。
- ・ 多くの地域金融機関の中期経営計画や地域密着型金融の取組みなどをみると、今後の成長分野、注力分野として、「医療・介護」、「再生可能エネルギー」、地域によっては「観光」も入るが、加えて「アグリ・フード」をあげていることが多い。地域金融機関は、自分たちのそばに農業関連の事業者がいるということには気付いている。農業関連分野に不慣れであるからと言って、積極的に避けようとする理由はないのではないか。

### (2) 具体的な取組み事例

- ・ マーケットインから入るという方法もある。秋田の農産物は上質なものが多く、ただ売り方が上手ではない。はじめから大きな需要を狙いについても、安定供給やロットの確保が難しいという面もあるので、小ロットでも、関東

圏や海外も見据えて、秋田の上質なものを売り込んでいく取組みからはじめている。

- ・ 農業者に対して「敷居を下げる」ということでは、アグリ専担部署を設置したことが、農業者へのメッセージとなっていると思う。農業関連事業者等を集めてオープンプラットフォームの研究会を設立し、定期的にテーマを定めて農業の振興に取り組んでいる。販路拡大という面でも、東京に情報発信拠点を置き、ビジネスマッチングを行うなどの支援も行っている。
- ・ 全国的に「畜産クラスター」という取組みが行われており、当地でも畜産農家をはじめ、地域の関係事業者が連携・集結し、地域ぐるみで畜産を支援している。日本政策金融公庫と協調して、黒毛和牛や養鶏農家への融資の実績もある。農家と農協とは物流等も含め、切っても切れない関係にあるが、11年ほど前にJAと協調して養豚業者を支援したこともある。
- ・ 最近の流れをみると、農家の大規模化に伴って資金需要が大きくなってきたことから、日本政策金融公庫との協調融資につながるという事例も増えてきた。
- ・ 地域金融機関が、地域密着型金融として何ができるかと改めて考えてみたところ、自分の地盤は「農業県」であり、農業は基幹産業であることに思いが至り、地元の基幹産業を支援するのは地域金融機関の使命であるとして取組みをはじめたという事例がある。ただ、そうはいつでも何からはじめてよいのか分からず、まずは農業者のニーズを聞いて回ったとのことである。その結果、販路開拓や人材育成などのニーズが寄せられたものの、最初の数年間は金融機関としてのビジネスには結びつかなかった。ビジネスとしての資金ニーズにつながるまでには時間がかかるということであろう。
- ・ 金融機関も積極的に農業に関わり、農業関連の相談にも応じるということを顧客に知ってもらおう努力も大切である。金融関連の相談は自分たちが対応し、金融関連以外の相談を地域の専門家につなぐことを通じて、農業者に「あの金融機関に何でも相談してみよう」と思ってもらえる取組みを行った事例がある。

### (3) 農業者とのコミュニケーションの強化

- ・ 本部内に専担チームを組織して県内の農業法人をほぼ全先訪問したほか、営業店でも担当者を決めて農家を回るなども行っている。また、食のマッチングフェアを継続的に開催し、参加希望者を募ることを繰り返すことで、関係先拡大に努めている。

- ・ 米作が中心の秋田県では畑作が弱いという現場の声を聞きながら、何か金融機関にできることはないかと考えている。ただ、農業者との関係構築は難しい。そのなかで農業者との接点を構築するキーワードの一つは交付金・補助金である。需要が見込める作物の作付けを新たにお問い合わせする場合、「それをやると交付金や補助金はいくら出るのか」という話になる。そのために、まず県と協働で交付金・補助金の作り込みからはじめている。こうしたことを接点とすることで、実績も上がってきている。
- ・ 農業法人や農家とどのようにコミュニケーションを取っていくかが大きな課題となっている。関係機関と連携して、6次化商品の開発・販路拡大支援や、県産米の輸出促進を働きかけたりもしているが、販路拡大だけが目的ではない。こうした取組みを通じて、営業店が農家と積極的にコミュニケーションを取るようになればとの思いがある。ただ、なかなか現場に浸透しておらず、引き続き課題であると感じている。
- ・ 農業者との関係をどう構築するかは難しい課題であると思う。定形型のアグリローンを持って、農業者に飛び込み訪問をしても「何をしに来た」と言われる。ただ、最近では若い農業者を中心に「儲かる農業」というフレーズを耳にすることが多くなり、金融機関との距離は縮小してきていると考えている。「日本の農業は高齢化の進展でピンチだ」と言われているが、私はむしろ「高齢化により世代交代が進まざるを得ず、むしろチャンスだ」と思っている。今から次世代との関係をしっかり構築しておくことで、農業との関連を深めていけるのではないか。
- ・ さらに先を見越した取組みを行っている金融機関もある。具体的には農業高校の生徒の活動を支援して、農業や食品産業に興味を持ってもらおうという取組みである。農業高校を卒業しても、農業と関係なく、普通に就職、進学してしまうことが多く、地域によっては農業高校出身者でも農業に従事するのは5%程度であると聞く。「農業」高校にいるうちにもっと農業の面白さを体験して、よく知ってもらうことが、将来の就農者の増加につながり、金融機関にとっても取引先農業者の増加につながる先行投資であると評価している。

#### (4) その他

- ・ 他県では、地域金融機関と系統金融機関が地域の活性化のために連携して、6次化ファンドを立ち上げた例がある。地域金融機関と農協との間で職員を派遣しあう人材交流を行った例もある。互いの強みを活かし、不足する部分を補い合う取組みが広がることを期待したい。

- 農業の事業性評価等のノウハウが備わっていないのは、元々農業関連の融資案件がほとんどなかったためである。もっとも、あまり肩肘を張る必要はなく、これまでの取組みの延長線として対応することで、できるようになる部分もあると思う。必ずしもアグリ分野を意識して取り組んだわけではないが、仕上がりを見ると、アグリファイナンスになっているケースも多々ある。
  - 農家の事業承継相談と、食品加工・販売会社の進出案件を結び付けることで、生産から加工、販売を手掛ける6次産業化事例となったケース。このケースでは、6次化ファンドから出資を得ているが、はじめからファンドの活用を目指したものではなく、できあがったビジネスモデルが、結果的に適合したもの。
  - 金融機関側に魚の養殖に関する知識があったわけではないが、経営者の知識と技術を信頼し、支援しているケース。このケースでは、経営者の強力なリーダーシップと、業界での知名度も信頼の支援材料となっているが、一般的な事業性融資でも同様の対応で融資に至っているケースも多いのではないか。
  - 地場産業である宝飾業の輸出案件に多く関わった経験から得たノウハウを、農産物や加工食品の輸出にも応用するケース。具体的な取組みには至っていないが、元々持っているノウハウをアグリ関連に応用するという発想も有効。
- 6次産業化については「1次産業者が自身で2次、3次に事業を拡大する」というパターンをイメージされる先が多いが、実際には2次、3次業者側がメインで、1次産業者を巻き込むというパターンの方が上手くいっている事例が多い。一つの事業体が1次、2次、3次の全てに携わるということにこだわらず、1次、2次、3次業者を結び付けて新しい事業を作るという考え方もある。
- 販路開拓についても、従来の個別開拓やマッチングだけでなく、クラウドファンディングを活用した事例や、SNS等の現代版口コミでの拡大など、手法も多様化している。また、売り手の側に立って「商品売り込む」という販路開拓支援ではなく、買い手の立場から「ほしい商品を探す」支援を行うことで販路開拓につなげようという取組みも出ている。

以上