



# 第9回公開研究会

日時：2004年2月27日（金）～28日（土）

会場：東京「JAビル8階 JA全国中央会・大会議室」

参加者：75名

PART1（第1日目）テーマ：「系統共販の再構築」

PART2（第2日目）テーマ：「JA間連携の優良実践事例に学ぶ」

## 【プログラム】

PART1(第1日目)

テーマ：「系統共販の再構築」

- ・開会挨拶と若干の問題提起：JA-IT研究会代表委員 今村奈良臣
- ・報告1：「ホクレンの販売事業強化と方向」 JA-IT研究会副代表委員・高崎経済大学教授 吉田俊幸
- ・報告2：「全農茨城県本部の取り組み」 全農茨城県本部副本部長 牧野忠
- ・報告3：「ルートセールスと直販事業の展開」 鹿児島県経済連園芸事業部長 桐良幸

PART2(第2日目)

テーマ：「JA間連携の優良実践事例に学ぶ」

- ・報告1：「JA間連携を基軸とした多様性のある新規事業をめざして一人・産物・情報をキーワードにしたJA間連携」 JA-IT研究会副代表委員・JA高崎ハム常務理事 黒澤賢治
- ・報告2：「西友長町モール インショップの連携から」 JAみやぎ仙南/JA中野市/JA高崎ハム
- ・報告3：「JA北海道モール インショップの連携から」 JAみやぎ仙南/JA栗山
- ・報告4：「ファーマーズ・マーケット間の連携の展開」 JAいわて花巻生活推進部次長 高橋テツ

## 報告1

## ホクレンの販売事業強化と方向

JA-IT研究会副代表委員・高崎経済大学教授 吉田俊幸

今日はホクレンの人に報告をお願いしていたが、都合でできなくなったので、私が代わって報告することになった。

ホクレンの概要は、管内農家戸数6万8000戸、農協数150組合、14年度取扱高は1兆4170億円、また農産物販売額は9486億円となっているが、数年前までは1兆円の販売額があった。組織機構では、昨年組織改革で、販売関係では、販売本部体制となり、道内・道外販売体制が一体化された。

その背景としては、平成5年の北海道組合長会議で、北海道完結型農業の方向を決定した。すなわち、全農とは統合しないことを決定した。その理由は、次のような点にある。1)北海道固有の農畜産物が多く、都府県農産物と輸入農産物の狭間にあり、競争に打ち勝っていくことが課題となっている、2)専業農家が多い。3)農協の広域大型合併がすすむ中でホクレンの存在意義は、完結型に伴う販売事業の強化によって、「売りのホクレン」として生きていくことにある。4)国の価格支持制度の変化である。5)輸入野菜の激増や小豆・砂糖・乳製品などの輸入調製品の増加に見られるような、国際競争力の激化。6)デフレ経済のもと、直接取引や流通業界の再編、食の安全・信頼への対応などの流通の変化などなど。

販売事業の強化のための具体的な取り組みは、以下のとおりである。まず道外販売体制の強化。前述のとおり、平成

14年に、東京の販売統括本部と東京支店を統合し、販売本部に改変した。また重点的取り組みとしては、1)実需直結型販売の拡大がある。直接取引15%、実需直結的取引35%で、合計50%とする。2)総合販売で、生協・量販店・メーカー等の重点取引先に対し、複数品目化の提案を行なう。

具体的な事例を紹介すると、生協との取引では、首都圏コープ事業連合との間での、HTST（高温短時間殺菌）「こんせん牛乳」や「小清水町の豆腐・うどん」の開発、北海道フェアの開催や産地研修などの交流、またコープこうべとは、同生協のフードプランの取り組みと提携し、産地研修などの交流などに取り組んでいる。また北海道ぎょれんとは、共同開発商品の開発、北海道フェアの共催、外食における食材フェアなどの事業提携を実施している。また、牛丼チェーンや冷凍メーカーと商品開発に取り組んでいる。

米については、15年産以降の北海道米の取り組みとして、卸・実需者、ホクレン、産地の三者協議による地区（JA）別生産販売計画を推進し、「需要に応じた米作り」、独自の仕分基準にもとづく「高品質米仕分集荷」に取り組んでいる。色彩選別機が各JAに2台はある。また、「広域産地形成について」の方針にもとづき、大型施設整備、販売戦略の組み立てに取り組んでいる。

最後に、若干私のコメントを述べたい。

一番大きな点は、販売機能は、依然として基本的には県連

に特化し、ホクレンが販売し農協は販売しないという整理になっているが、今、消費地が変わり、生産者も変わってきている中で、マーケティングをしない生産者・農民は考えられるのか。「売りのホクレン」だけで、果たして北海道のマー

ケティングはできるのかということである。生産者がマーケティングをすることを前提とし、農協、県連がどう考えるかが、新しい流通の変化のもとでの共販のあり方ではないか。

## 報告 2

## 全農茨城県本部の取り組み

全農茨城県本部副本部長 牧野 忠

系統共販の再構築にむけた全農茨城県本部の取り組みを報告したい。

茨城県農業の粗生産額は、平成 13 年度は 3967 億円（全国第 4 位）に落ち込んだが、平成 14 年度は 4161 億円ですべて全国第 3 位にもどった。作目部門別には、園芸 35%、米 26%、畜産 24%、その他 14%である。園芸は施設より露地ものが多い。

農業生産が落ち込む中で、県では知事の諮問で「茨城農業改革研究会」を設置し、その答申にもとづき、一昨年を「茨城農業改革元年」として、現在取り組んでいる。その概要は、1) 有利な条件に甘んじていた、2) 「つくったモノを市場に出せば終わり」であった、3) 消費者の求めている環境の変化、4) 収量重視から品質重視への転換、5) 政策誘導型から提案型農政へ、である。

系統共販は、全国的にも低レベルにあり、米 28%、園芸は 40%前後の状況にある。なぜこんなに共販率が低いかは、産地形成の段階で JA の力が弱く、市場や業者・任意組織が中心であったこと、JA は任意組織や業者とは一線を画し、対立構造が続いたことなどが理由にあげられる。それと首都圏に近いという要因も大きな理由の一つです。

ではどうしたらよいかということで、平成 8 年に、VF ステーション (Vegetable Fruits Station) を立ち上げた。事業活動方針では、それは「産地と食卓をつなぐ始発駅」と位置づけ、多様な販売チャンネルへ対応するとし、無条件委託販売からの脱却を掲げた。また、そのための販売対応や産地対応を示し、畑づくりから VF の機能を具体化している。

VF の機能として今後重視しているのは、JA 直売所を流通拠点にした地産地消の取り組みである。県内の直売所数は JA53、県本部 1 の合計 54 である。11JA、50 店舗の売り上げは 50 億円弱であるが、現在県内ネットワークシステム構築に向け取り組んでいる。

県本部直営の直売所ポケットファーム『どきどき (土喜瞬間)』

が、「食と農を近づけることを」を概念とし、設置・運営されている。施設は、県本部事務所に隣接して、14ha の敷地面積に、直売所、パン工房、温室、バーベキュー広場、森の家庭料理レストラン、小さな動物園、体験農園、駐車場が整備されている。売り上げ実績は、平成 12 年 5 億 3 千万円、33 万 3 千人から平成 15 年度 11 億 8 千万円、74 万 6 千人となっているが、将来的には 13 億円にもっていききたい。

いばらきコープとの提携は平成 3 年に業務提携を結び取り組んでいるが、生協が自ら選果・選別をしていたのを一昨年から全農茨城県本部が全量検査作業受託とグリーンボックスのセット業務を受託している。生協としても地産地消に力を入れており、将来的には 10 億円くらいを見込んでいる。

最後に、本年 2 月 17 日決定の「全農いばらき アグリ・ルネッサンス 21」の方針にもとづき、「食」・「人」・「協同」の 3 つのルネッサンスに取り組むことにしているが、とくに「協同のルネッサンス」として、JA 出資型農業生産法人に対し県本部も直接出資することを検討している。経済事業改革は、茨城県下 32JA に対し各 JA と協議を重ね、32 通りの補完、支援をしていきたい。

## 報告 3

## ルートセールスと直販事業の展開

鹿児島県経済連園芸事業部長 桐 良幸

私は、農協営農指導員 (10 年)、経済連 (6 年)、国会議員・国務大臣の秘書をし、再び経済連に戻るといった経歴をもっているが、農協職員はもっと自信をもつべきである。

鹿児島県経済連は全農との統合については、「全農統合を視野に入れながら、さらに検討する」ということになっている。直近に統合はないが、経済事業改革はすさまじいものがあり、スリム化、JA と一体となった利益確保、県域事業の展開など

に取り組んでいる。他県と違う点は、鹿児島は南北 600 キロあり、いろいろな品目があるため、単一の農協では解決できない問題がたくさんある。また相乗効果をだすために県域事業をとっていった方がよい。

経済事業改革は、大きく、第一は横断改革で、営農指導員、物流の問題や営業のあり方、畜産から園芸、農業資材、販売を横断的に組み立て変える。次は品目戦略で、50 ~ 60

品目ある。園芸でいえば、低コストハウス、PB商品の開発、県内地産地消のための県域コンテナ事業、加工事業、直販事業と農業法人との結びつけなどである。

直販事業は、必ずしも有利販売とはいえない面もあるが、農家の満足度は大きい。直販事業で大事なことは、時代感覚をもつことである。情報をつかむためには、手紙を書く、メールを送る、電話をかけること。会って食事をするのが一番よいが、それはなかなかできないので多くのコミュニケーションをはかることである。

鹿児島で問題なのはスピードの点であり、もっとスピードをつける必要がある。系統共販を高めるには、JA職員の心構えと組合員への提案能力である。天城町の女性組合長は長靴

をはいて畑まわりをし共販を伸ばしたが、営農指導員が農家まわりをし、名前をおぼえてもらうことであり、またスポーツなど地域活動に参加したり、PTA活動に参加することである。

次は「一点集中」であり、「融合」である。すなわち、一点集中したものを複数品目、広域化対応のため融合させることである。今取り組んでいるのは春野菜キャンペーンである。野菜は産地間競争が激しいが、協調できるものは協調していく必要がある。その点は、全農には是非お願いしたい。とくに、「野菜と果物を食べる運動」を展開してほしい。そのためには、農家もお金を負担し、10億円くらい集めるようにしたらどうか。

## 報告 1

### JA 間連携を基軸とした多様性のある新規事業をめざして 一人・産物・情報をキーワードにした JA 間連携

JA-IT 研究会副代表委員・JA 高崎ハム常務理事 黒澤賢治

第3回の本研究会で、JA間の提携・協同についてとりあげたが、今回は掘り下げてとりあげたい。各JAはJA合併によって規模を活かした事業に取り組んでいるが、タテ型の統合型の連携の方向性はできたが、ヨコ型のJA間の連携は有機的にはできていない。そうした中で、私がかかっている事業の実態を紹介し、その上でJA間連携について問題提起をしたい。

まずJA甘楽富岡は米がないため、当研究会のいくつかの会員JAと結びつきをもっているが、まずはできるところからということで、米のように自分のところのないものから供給をうけるという補完型の連携が、JA間連携のきっかけとなった。また、JA高崎ハムだと食肉だけのせまい提案となり事業は成立しないので、「地域最適」で「個店最適」のスタンスで、JA間の連携をはかり事業化をしているところである。まず西友仙台長町モールでの「みちのく旬彩シリーズ」を地元JA仙南、JA山形おきたま、JA中野市とスタートさせた。つづいて12月からは札幌の西友手稲店、札幌西店をJA栗山、JA仙南とはじめた。

今、多くのJAのファーマーズ・マーケットでは、JAらしさやJAのよさがでていますが、全国の産地では一品ブランドで生き残っていかこうとする産地と、「地域最適」を確保しながらプラス他のJAの支援・連携で機能のレベルアップを図ろうという動きがある。大上段に構えなくとも、できるところからやっけいこう。問題となる代金決済問題やさまざまなリスク部分の連携をきちんとできれば、事業として成功するだろう。連携が密になれば効果がで、お互いの特性をいかした発展が期待される。

連携は、「人」の連携がJAとJAの連携の原点であり、研究会の会員同士が事業をみせてもらったり、研修を受け入れたりする。将来的には「JAの人材銀行的なもの」ができるとよい。

連携の第2は「情報」の連携である。全国的に機関誌の交換が行われているが、全国のJAが一番不得意なのはPRである。きちんと情報開示できるようにしたいものである。さまざまな消費拡大運動をやっているが、さまざまな場所や媒体を共有できれば効果は上がるだろう。

第3は、本格的な「農畜産物」を媒介とした「物」の連携である。この点では、隣の農協同士より県をまたいだ方がスピーディーになる場合がある。

農協や生活協同組合との連携は協同組合間連携といわれているので、JA間の連携は意識して概念を分けたが、群馬では30年前から生協とは連携している。今では群馬生協とは13品目の産地提携をしている。また、JA高崎ハムで今一番伸びているのは地域の特産物を使った農産物ギフトだ。今後、JA同士が創意工夫して共同開発し、プレゼンテーションしていくことができるのではないかと。また、店舗開発や商品開発、代金決済機能で、リスクを最小限にしていく体制をとってきたい。

JA高崎ハムがコーディネートしているJA間連携事業は前述の西友仙台長町モールでの「みちのく旬彩シリーズ」、札幌の西友手稲店、札幌西店の365日周年販売常設コーナーの取り組みと、「農協食材」をベースにした「地産地消型」商品の共同開発事業である。「農協食材」については愛知県以北の16県で、オリジナルハム・ソーセージ商品の開発と、県内外で学校給食の普及定着に取り組んでいる。

JAにとっては、加工事業については苦い経験があるが、施設の共同利用など、できるところから連携していこう。将来的には、事業改革の一環として、全農の機能としても県本部を含めた機能として、県本部同士の連携を期待したい。物流ネットの施設活用も課題であり、代金決済機能も果たしてもらいたい。さまざまな課題があるが、JAとJAの結びつきが強く太く広がることを期待したい。

### 1. JA みやぎ仙南 営農経済部直販担当 高橋 篤

8月末から、黒澤常務の紹介で出店することになった。当初は、青果物の少ない時期であったので3～4品目でスタートしたが、品目数が少ないということで、JA独自の漬物工場をもっているのを、一夜漬けのものを一緒に提案した。加工品関係は好調のスタートだったが、青果物は若干少なく、隣の農産コーナーとも競合した。当農協の蔵王地区の野菜が有名なので、その名前を生かし、少しずつ品目を多くし、販売を増やしてきた。

現在では、青果物関係が17品目、加工品・漬物関係が一晩漬けを中心に、あんぼ柿、しみ大根、しみ豆腐など17品目を提供している。アイテム数は37数くらいで、漬け物の販売額は売り場全体の43.5%を占めている。

課題は、もっとこれを伸ばしていくことである。生産者の組織化をして面積を増やし、全体の販売目標である日額30万円を確保していきたい。

### 2. JA 中野市 生産販売部園芸販売課 出川 秀隆

5月末・6月第一週に、試験的に実施した。そのときは、アスパラ、野菜、キノコだったが、品質・数量ともに十分あるということであった。他の農協と一緒にやらせてもらって

いる。少し遠いということもあるが、問題と思うことは、地元での農産物コーナーを含め、生産者の数が少ないこと、また冬場のきのこのような、お客さんに喜ばれるようなものを、年間通じて供給していくことである。まだ生産者が売り場をみていないので、生産者のモチベーションの維持が必要とされている。生産者が生きがいを感じてやっていかないと長続きしない。生産者がおもしろみを発見できるような状況にしていきたい。

お店の方も自由にやって下さいというようになっているので、来年度には1品目でも2品目でも増やしていきたい。

### 3. JA 高崎ハム 常務理事 黒澤 賢治

お店は、輸入農産物販売コーナーを取っ払って、私どものコーナーとした。物流は、アクセスセンターで3JAの出荷物を集約し、店毎に店頭まで搬入するようにしている。そのための手数料は、高崎ハムの分が2%、3JAの分が4%で、合わせて6%となっている。

JA仙南は、角田にいい漬物工場をもっていた。ちんげん菜の漬物は1日10万円の売上がある。将来的には、ショップだけでなく、各JAのいいものをコーナーの脇で売り出した

### 1. JA みやぎ仙南 営農経済部直販担当 高橋 篤

北海道モールの西友札幌西店、手稲店は12月18日から出店した。一緒に出店したJA栗山とは、栗山町と角田市とは姉妹都市、JA間の姉妹提携をむすんできた関係にあった。12月で北海道は葉ものが少ないということで、葉もの関係を中心に提案した。小松菜、ちんげん菜、ほうれんそう、つぼみ菜、春菊、トマトなどである。手稲店には、数量もかなり多く供給した。

なお手稲店はJA栗山の協力をえてやっている。漬け物関係も出荷しているが、北海道では売上の2割くらいを占めている。

北海道までの輸送については、青森までは陸送で行き、青森から船のため、延着で2回ほどご迷惑をかけたことがある。夏場は、栗山さんの青果物が出てくるので、この時期は連携してやっている。今後は、加工品や果物関係も供給していきたい。

### 2. JA 栗山 営農部長 島 雅昭

JA栗山は、千歳空港から40分、札幌までは1時間くらいの立地にある。もともと野菜が多く、札幌に供給していたが、

### JA みやぎ仙南 営農経済部直販担当 高橋篤

市場出荷が中心のため、例えばネギは1キロ200円と高いときもあるが、中国ネギが入ってきたときは20円から30円となり、これでは再生産できない。また水田ビジョン対策の中で米づくりから野菜の転換がすすんでいる。私どものある空知は米の多い地域でもあるが、十勝や根釧地域は米がないので、もっと地元の米を食べてもらうように取り組んでいる。

一昨年からコープさっぽろで、インショップに取り組んだ。はじめ女性部や青年部を中心に取り組んだが、お母さん方の中には朝起きてから出荷するものを決める、などということがあった。生産者の頭の切り換えに時間がかかった。

今年は、本格的な水田ビジョン改革の中で、ハウス導入に対して最高40万円までの助成があるので積極的にハウスを導入し、越冬ハウスで、冬も出せるような体制をつくってきたい。

西友には、冬場はパッケージしたタマネギや惣菜、加工品、たまご、トマトジュースなどを供給している。インショップはたいへんだが、組合員、お母さん方が意欲を持つという点では意義があると思っている。

平成9年に女性を中心となって立ち上げた直売所「母ちゃんハウスだぁすこ」の直売所活動の中で取り組んできた、ファーマーズ・マーケット間の連携について報告したい。

現在提携しているJAは、主にJA紀の里、JAあいち知多、JAおきなわ、JAはだの、JA伊是名、馬路村農協、JA高知である。

ファーマーズ・マーケットは、地元のを地元で売ることを基本に立ち上げられたものである。私のところでも地元のを手に入れた、そのための常設の施設をという女性の要求が強かった。当時1市3町の合併をひかえ、農協側でも消費者と生産者のふれあいの場づくりをしたいということで、「だぁすこ」は立ち上がった。ところが生活型の直売所になり、地元でないものもほしいというお客さんが多くなった。このため、たくさんの種類のを売るために、地元でないものも品揃えしておく必要がでてきた。

そこで、ねらいとして、受ける側としては、1) 品揃えをきちんとしたい、2) 品揃えは顔の見える安心のもの、3) できれば全国の本物のものを、という願いだっただけで、出す側としては、1) 産地のアピールをしていきたい、花巻はお米とりんご主体の産地なので、米をいい状況で供給したい、2) 無条件委託販売でなく、予約を取りながら責任をもって出した、3) 核になるのは、生産者の収入の増大であるという願いをもっている。

そこで、連携をつうじて他所からとるものとしては、1) 地元では生産できないもの、例えばバナナ、かんきつ類、パイナップルなど、2) 地元でとれるが、時期的にないもの、3) 桃、なし、栗などとれるが、全国のいいもの・本物、また取り入れるにあたっては、物だけをとるのではなく、まず人と人と接して、後から物が入ってくるようにという3つの原則をうち立てた。

はじめて他所から入ってきたのは八朔であるが、八朔はJA紀の里からである。JA紀の里は直売所「めっけもん広場」が有名であるが、同直売所の2000年11月のオープンに先立つ2月に、店長が「母ちゃんハウスだぁすこ」に10日間研修にみえた時に、おみやげにもらったのがきっかけである。そこで、りんごとかんきつ類を取り引きしようということで

始まったのが、JA間提携である。その後、人が行き来する中で、紀の里にはお米がないということで、ひとめぼれの1等米もやりましょうということで、米とかんきつ類とりんごが主流の提携が始まった。

花巻から紀の里への販売額は、14年度は55,146千円、紀の里から花巻へは12,191千円であるが、15年度は双方とも多くなる見込みである。その他の農協との取り引きは、例えばJAおきなわとの間では、花巻からはりんごと加工品、おきなわからは岩手でとれない果物などを主体に、ゴーヤ茶・花などである。物だけでなく、いろいろな催事には担当者の行き来も増えてきた。

産直を通して、人の交流がすすむ中で、いろいろな文化交流ができ、JA紀の里とは姉妹提携、JAあいち知多とは友好提携を結んでいる。また物流はできるだけコストを安くするため、紀の里との間のりんご・かんきつ類の輸送はダンボールでなくコンテナによるトラック便の直送方式を採用している。JAおきなわと紀の里の間では船便輸送となっており、JAおきなわとの取引は、紀の里経由でしている。

提携によって、品揃え問題を解決しただけでなく、付加価値をつけることに取り組んでいる。例えば、紀の里のみかんと花巻のもち米を使ったみかん入りの餅をつくって販売し、「仲良しもち」を売り出した。また、りんごはこれまでは12月で終わりだったが、JA間の提携ができ、ある程度規格外のものもいい価格でとってもらえるようになった。選果場も1月も冷蔵庫を動かし、ほしいところに出すようになった。

今後は、生産者同士の交流に取り組んでいきたい。グリーンツーリズムも担当しているので、直売所の生産者を中心にグリーンツーリズムをやっていきたい。

課題は物流で、多い時には1週間に3～4回もトラックがでるが、少なくなると行かなくなることである。

直売所を立ち上げ何が変わったというと、女性が元気になったことだ。女性のみなさんが、消費者の求めるものをつくるようになったこと、冬場に無理といわれた野菜をできるようになったことである。

今年の売上は7億円を越える状況にあるが、今後も消費者に喜ばれるようなやり方とっていきたい。