

[パネルディスカッション]

我が JA 富里市の生産・販売のあるべき姿を語る

【生産者】吉川博之 (葉もの野菜 (外食等納品&インショップ納品等) 栽培グループ代表)

今から十数年前に契約取引に取り組み始めた。イタリアンブームでロケットの栽培から始まった。そのブームは去ったが、もともと作っていたハウレンソウや小松菜が外食産業の目にとまり、ハウレンソウを生で提供したいという話があった。それをきっかけに契約栽培に本格的に取り組んだ。当時は叔父と 2 人で取り組んでいたが、それだけでは対応できなかったため、仲間を募った。当初は小松菜とハウレンソウが中心であったが、単価が下がってきた。そのため現状では、小松菜、ハウレンソウ、水菜、筒菜、ブロッコリー、ナス、チンゲン菜、ツルムラサキといったように多様化している。



栽培の特徴は、葉菜類は登録農薬が少ないため、農薬をなるべくかけないようにしている。かける場合は、タイミングをみて生産者に指示している。契約栽培で最も問題なのは、契約を続行することである。そのため、品種選定に 70-80%の労力をかけている。ものを作って納めることが大前提であり、それが単価や数量に反映されてくる。その中で最も大切なのがどの品種を作るかということになる。2-3 年先に向けて試作品種を作付けし、合う品種は 4 年目以降から品種入れ替えをしていく。また現在来ているオーダーは、1 品目の大量オーダーが少なくなっているため、1 人 1 品目ではなく 2-3 品目作れるような体系にしている。薬物は設備投資が少なくて済むため簡単に始めて簡単に終われるが、継続という難しい部分もある。

今、一番難しいのは、加工向けが量も単価も下がってきているということだ。そのため多品目栽培しなければならない。幸い JA がいくつも販売先を持っているので、できたものの販売先を探してもらったり、逆に作ってもらいたいものの要望なども来る。

グループ出荷に関しては、部会でもなく、同じ志を持つ仲間のグループで、出荷だけの関係になっている。主要品目 (小松菜、ハウレンソウ、水菜、筒菜、チンゲン菜) については、個人管理では限界があるため、栽培責任者を設置している。責任者が全権を持って播種から出荷までの管理を行っている。その責任者が集まって会合したりもする。そうすることで、いかに情報を早く伝え、早くもらうかということが外食やインショップの関係では大事なことだと思う。

契約野菜の利点については、リースコンテナの有効利用や球根用コンテナの再利用など、輸送包装費の削減になる。また、規格については、相手先の希望どおりの規格に対応している。そうしていかないと、産地として生き残れない。できないものは断るが、できると言ったものは、必ず対応する。

今後の課題については、全量契約が減少している。現在全量契約なのは、小松菜とチンゲン菜である。契約単価については、採算価格に近づけたい。また取引期間は、以前はどちらかがやめるまでということが多かったが、現在は期限を決めるなど短縮傾向にある。

しかし、レストランでも地元野菜への要望はある。今後は農家が外食産業などに抱えられるのではなく、農家がレストランなどを抱えていくというような考えで、顔の見える取引を行っていきたい。

【契約生産者】杉本徳仁 (農事組合法人丸和出荷組合)

現在、構成員は 10 人くらいだが、このうち 5 人で農事組合法人を立ち上げた。5 人で有機栽培に取り組み、有機認証圃場は 35ha あり現在も増加している。5 人で 60ha くらいの経営になる。栽培作



物は、ダイコン、ニンジン、ゴボウ、サトイモ、バレイショその他の野菜などとなっている。これらは 100%納めであり、市場流通はない。その他の野菜には、落花生や麦なども入っており、輪作体系を確立している。落花生など単価が安いものについては、加工している。また堆肥づくり、エアレーションした完熟堆肥の使用と土壌分析によって病虫害はほとんど発生しなくなっている。

できあがった野菜は 100%市場外流通である。価格は自分で設定している。そのため年間 70 件くらいの取引のお話をいただくが、そのうち商売として成立するものは 1%に満たない。

現在の取引先は生協関連をはじめとして 16 か所ほどになるが、問題としては、資金回収が難しいことだ。取引相手の経営状況を見ながら、新規の取引先を拡大するようにしている。

【コーディネーター】斎藤修（千葉大学教授・JA-IT 研究会運営委員）

全体の認識としては、経済産業省から十数年ぶりに流通産業の新しいビジョンが示された。それは、少子化や高齢化を含めたグローバル化下の戦略ということである。結論的に言うと小売業者もすでに顧客管理のシステムをどうつくるかという議論になっている。単純な価格競争ではなく、本当に消費者に売るものを作っていき、あるいはそういうサービスの提供、それを「生活提案型の産業」と言っている。また大型店舗になって、地域とのコミュニティを作ることの提案、環境の問題、社会的責任も入ってきている。そういう意味ではかなり総合的な戦略の中で位置づいている。顧客は限りなく生活スタイルに近づけ、電子マネーを使ってポイント的なものでより広い参加形態を取るだろう。

生協も新しい提案を出している。生協では今後は個配システムがほとんど中心になってしまうかもしれない。そのほかはインターネットを使った販売などになる。インターネットを使った販売と顧客管理をつなげるという戦略がはっきりと出てきている。



それに伴い、供給システムも全部変わってくるだろう。

量販店の戦略は、限りなくサプライ・チェーンの再構築という、お互いに win・win の関係をどう作るか、バリューチェーンに組み込むかということになってきている。製品開発も、最近では消費者参加型の開発が多くなってきている。

そういう大きな変化のなかで青果物の流通を考えると、例えば市場流通の手数料問題は待ったなしの状況になっている。産地がどれくらいまでマージンを取れるようなシステムを構築できるのか、流通段階だけで対応できるのかという問題になってきている。そうなると、農協のこれまでのマージンではやっていけなくなる。JA 富里市でも市場流通以外のマージンは上げてきている。マージンをどういうふうに考えるか、特に市場流通の部分がかなり契約型に転換するであろうと考えられる。その際のリスクを市場が背負い込めるかどうか。これまでの数字では、買取取引は 3%程度のマージンしか取れない。ところが大手の卸では 5%、6%をとっている。これはコーディネーターの機能を持ち、取引先に提案している、また産地と取引先をつないでいるためである。ということで買取のマージンが収益性に結びつくという展開になっている。それと流通センターを作るといえることになると、もっと提携関係がはつきりしてくる。したがって市場の方が編成が一気に進んできたという感じを受ける。

それに対し、産地がどれだけ対応できるか、懸念している。法人についても、対応できない法人がたくさん出てきている。そういうなかでどういうビジネスモデルを作るかという議論が進展している。法人が拡大するよりは、地元の流通業者が農業に参入するケースが高まると考えられる。

また富里の報告から人との連携として LLT の提案があった。実際にそういう動きもあり、農協が全ての集出荷施設をマネジメントできなくなるかもしれない。そういった中で議論を進めていく必要がある。

【農協】小泉嘉美（JA 富里市営農部長（営業開発課長兼務））

現在、市場販売、量販店のセンター納品、インショップ、生協対応、業務用、加工、直売所のチャンネルを持っている。業界の大きな変化を挙げると、①生産者の高齢化と産地間格差の拡大、②JA グループの対応の遅れと生産後進勢力の拡大、③契約栽培・取引に対する意識の盛衰、④食の変化への対応、生食の減少と 1 次加工の増加、⑤農業予算の減少という農政の変化にどう対応していくのかということが問われている。そのためには、実需者が誰なのか、エンドユーザーのできるだけ近くに売りたいということを基本原則にしており、その中で業界が変わってくるというのが基本だと考えている。

今は大規模な法人に行政が補助金を出す時代になっている。私共はそういう勢いのある生産者どう迎え入れるか、それだけの商品をどう提案するのかというのを基本的な考えとして持っている。

そこで基本にしているのが、商品を選ぶのは消費者であり、出荷先を選ぶ権利は生産者にあるということだ。その自由度をできるだけ与えたい、加工などの手間をかけたものについては、自分で値段がつけられるようにしたいと考えている。そのための商品を私共がそろえられるかどうか、そうでないと生

産者に選んでももらえない。またエンドユーザーや実需者が望んでいるものをできるだけ早く生産者に伝えたいと考えている。

渉外については、今までは市場に行けば仲卸が量販店の口座を持っていたが、直接取引の場合は、量販や大手に口座を開設しなければならない。口座を開設するにはそれなりのことをしなければならず、そのための 1 つの条件がインショップというところもある。インショップを成功させれば口座開設やセンター納品もかなうということになる。

またトマトをイオン向けに加工してセンター納品している。イオンに行くには富里を通さざるを得ないというような状態になっている。こういうようなことが一番の流通の変化だと思っている。

リードタイムについても、ある量販店のリード・ワンの 2 便体制となると、午後の 2 時オーダーが出て午後の 6 時にはセンターに納品、次は午後 10 時にオーダーが出て翌朝の 6 時に納品するということになる。これが 2 番目の流通の変化だといえる。こうなると遠隔地では対応できないため、どこかに委託せざるを得ないということになる。次はその競争が起こると見ている。それに対応できるシステムを構築しないと生き残っていけないと考えている。そのため、できるだけこういったことに対応していきたい。