

[提言 2]

きのこと多彩な園芸農業を柱に、 魅力ある地域づくりをめざして

阿藤博文 (長野・JA 中野市 代表理事組合長)

農業界もグローバル化に巻き込まれているが、JA 中野市はどんな社会的・経済的状况になっても勝ち残る、勝ち抜くという認識で、農業づくり、JA づくりに取り組んでいる。そのためには農業振興が基本になり、生産基盤の再構築と販売力強化に取り組んでいきたいと考えている。

第 9 次長期計画 (平成 18 年度～21 年度)

そのための計画として第 9 次長期計画を策定し、この中で基本目標を掲げている。特に「きのこと園芸品目を柱とする持続的高付加価値農業の推進」ということを大きな目標としている。私共の地域はきのことブドウの主産地であり、この 2 つの柱で産地を持続させたいと考えている。ちなみに平成 19 年度の販売計画は、172 億円、このうちきのこが 118 億円、なかでも主力のえのきは 86 億円くらいを計画している。果実関係は 41 億円、主力のブドウは 28 億円を計画している。きのこと果実関係で全体の 90% 以上を販売していく計画となっている。

基本目標を達成するための「ねらい」として 5 点挙げている。このうち特に「多様な消費形態に柔軟に対応できる競争力のある販売」を重視している。これは従来の生産者の論理から消費者の論理へ、すなわちエンドユーザーであるスーパーや量販店、加工業者の必要とするアイテムに対応できる産地体制、販売体制をつくらうということである。もう 1 つは「付加価値をより高める生産販売の推進と生産者手取りの確保」である。これまで「顔の見える販売」というキャッチフレーズで販売に取り組んできた。さらに今年度からは「顔の見える販売、なお、話のできる販売」ということで業者の皆さん方やスーパ

一のバイヤーの方々などと話のできる販売体制を組もうということで営業力の強化に取り組んでいる。

付加価値を高めることに関しては、きのこについては健康食品、機能性食品という位置づけをし、成分の試験や加工品開発を行っている。

目標達成のための重点施策は、第 1 に「激変する青果物流通に対応できる販売体制の構築」ということで、1 つは「営業活動の強化」を掲げている。これは、平成 17 年に全国的に農産物価格が暴落した際、組合員から「JA や全農は何をやっているのか」とお叱りを受けた。そのとき JA は農家を回って「JA 中野市には管内 160 億から 170 億円の農産物を営業で全て販売する力はない。全農県本部と一体となった営業力を基本にした販売体制を組んでいく。」とお願いした。

その後全農県本部と一体となって、県本部に機構改革を促して「営業課」を設置し、人事交流も行った。営業活動は、従来までの市場への全量出荷から営業をかけて販売することとした。営業力のある市場に重点市場を絞ったり、量販店や卸売業者へも直接営業をかけ、取引先を絞り込んだ。量販店等へは JA と全農とでルートセールスで営業をかけている。また 52 週カレンダーを作り、販売の企画の提案やメニューの提案を持って営業している。2 つ目は「多様な最終実需者の明確化と連携強化」である。上述の営業活動に加え、生協の組合員や一般の消費者に産地に来ていただく交流事業に取り組んでいる。3 つ目に「効率的効果的な消費宣伝の実施」については、「アップルちゃん応援隊」という消費宣伝専門のチームを作った。

第 2 に「新鮮・安全・安心な農産物供給体制の確立」に取り組んでいる。とくに「地域資源の有効活

用による循環保全型農業の推進」として、きのこの培地の残渣（廃培地）が年間 7 万トン発生していたものを堆肥化している。

第 3 に「営業センター機能の発揮による地域マネージメントの推進」について 1 つは「農業研究開発事業」による技術開発と普及に取り組んでいる。平成 17 年から 3 年間にわたり、毎年 5 千万円を投じて研究開発事業を行っている。この地域は養蚕からりんご、りんごからきのこブドウへと移行してきた。その変化の時には必ず先覚者がおり、その先覚者に向かって JA が支援をしながら組合員を結集してきているという歴史がある。しかし、今日はその先覚者が生まれにくいような状況にあり、そのため JA が先覚者的な役割を担おうということでこの研究開発事業を立ち上げた。23 項目にわたる事業に対し、20%程度の補助を行った。平成 19 年度が最後の年であり、この総括を行い、継続できるものはさらに支援していく。2 つ目は「需要にもとづく高品質商品の安定生産指導（アクションプランの推進）」ということで、一般小売店から果実の専門店まで、あらゆるニーズに対応できる産地づくりを目指している。またそのための多様な担い手の育成と支援ということにも取り組んでいく。当地域では、きのこの規模拡大により法人化が進んでいるが、どうしても人材確保が困難であり、そのための支援もアクションプランの中で位置づけている。

第 4 に「都市と農村、消費者と農業者の共生」を掲げている。これについては後述する。

長期計画実行の中間総括

第 1 に「農業研究開発事業による技術開発と普及」に関しては、先述のとおりであるが、もう 1 点珍しい取り組みとしては、きのこ産地にふさわしい、きのこ料理を定番化したレストランの育成を行っている。もう 1 点は生産基盤強化に対するチャレンジとしてブドウの安定生産技術の開発やブドウやサクランボの施設栽培技術の定着化に取り組んでいる。またきのこの新しい品目・品種、培養技術の開発も行っている。さらにきのこの廃培地を固形燃料化する試験を行い、ハウス栽培の加温の補助燃料として使用するための実用化を目指している。またバイオエタノールについても検討している。

第 2 に「意識改革の徹底」については、営業力の強化等先述のとおりであるが、まだ取り組み始めて 2 年ということで不足する点もあり、今後さらに徹底していく。取引先別の生産者グループの育成を行い、消費者や実需者、中間取り扱い業者が満足する商品作りを行う。

第 3 に「流通の複雑化や機能に対応した新たな販売手数料の体系化」ということで卸売り市場向けの手数料、直販の手数料、パッケージセンターの手数料をそれぞれ設定している。また販売規模別の手数料も導入している。

第 4 に「きのこマイスターの養成」も行っている。きのこマイスター講座を設立し、産地から全国にきのこの情報を発信しようということで取り組んでいる。

第 5 に「効率的効果的な消費運動の実施」については、先述のように JA 中野市の商標マーク「アップルちゃん」を活用した「アップルちゃん応援隊」という消費宣伝チームを作っている。応援隊には生産者や職員 74 名が参加している。量販店の店頭等で産地の思いや商品の詳しい説明を行うために自ら消費宣伝を行う。平成 18 年度は、二十数社に出向き、延べ 200 名近くを派遣して消費宣伝を行った。これは、消費者の反応や評価が即時にフィードバックされるため、商品作りに役立つという効果もある。

主要な品目の取り組み

エノキダケの栽培方法の効率化については、個々の培養から培養センター方式に転換し、培養を 5 つのセンターに集約した。そのことで生産量が 2 万トンから 3 万トンに増加した。また培養センターごとに販売先実需者別に生産者をグループ化している。それにより実需者別の要望にも PB 化という形で応じている。さらに生育センターの共同化も検討している。

ブドウについては、再度日本一になることを目指して取り組んでいる。競合産地の商品と比較した自分たちの商品の長所や短所を理解するということで生産者や JA 職員の意識改革を促している。出荷規格についても今年から消費者の要望を取り入れた規格の見直しを行っている。

生産者手取りの向上

1 つは販売営業力強化の方向付けが最大の命題である。取り組み始めて 2 年であるが、若干の成果は出ている。方向性は間違っていないと認識しており、今後も一層進化させていきたい。それに伴い、JA の機構改革も進めていく。2 つ目は自らの商品の長所、短所の自覚と向上心の追求ということで、商品の長所・短所を総括していく。それと同時に生産者や JA 職員、JA のやるべきことを明確にし、一体となって取り組んでいこうということを確認した。

3 つ目は販売チャンスロスの解消として消費者、実需者、中間取り扱い業者から信頼の得られる商品の安定供給と売り場確保を図っていく。4 つ目に生産者の努力が報われる仕組みの構築ということで、消費者から信頼される味や鮮度の良い商品作りに励む生産者の努力が報われる仕組みをつくっていく。そうでないと生産レベルの高い生産者の要望に応えられないためである。第 5 にクレーム対応力の強化と信頼される産地づくりに関しては、クレーム対応は当然であり、即、誠意ある対応をする。そのことで商品力の強化やブランドの確立ということにつながると考えている。