[事例報告 1]

「深谷ねぎ」の直接取引の取組みと課題

深町 幸蔵（JA ふかや 営農経済部指導販売課課長）

JA ふかやは「深谷ねぎ」の産地として長い歴史を持つが、近年、販売高の減少、生産者の高齢化、組合員の JA 離れなど、営農状況が年々厳しくなっているのは当管内も例外ではない。

そして、そういった課題の解決につながるひとつの手段として、市場流通以外の販売の重要性を痛感しており、これまで積極的に、「加工・業務用野菜産地と実需者との交流会」や「JA グループ国産農畜産物商談会」などに出展してきた。

そのなかでいくつかの契約が実現したが、今回はラーメンチェーン店（A 社）との取引について、少し詳しくお話したい。

1. 直接取引のメリットと手取りの増加

平成 21 年当時、A 社は全国に約 400 店舗を展開しており、月間約 80t のネギを使用していた。それまでは全量中国産だったが、輸入リスクや安心安全の問題から全量を国内産に変えたいということで、H22 年の年明けに相談を受けた。

当初の要望は月 40t ということだったが、12 月.3 月の旬の秋冬ネギであれば量が確保できると判断し、翌年度からの出荷を目指すこととした。

JA は系統を利用した委託販売が基本であり、値決めによる販売を共販組織全体で取り組むのは簡単ではない。また、経営側はリスクのある販売には消極的である。これまでの経験からすると、市場価格が高くなると出荷の約束を守らない生産者も出てくる。さらに価格的に売り負けたときの生産者からのクレーム等、いろいろなマイナス要素を考えるとなかなか前向きに進まない。「高級なブランドイメージがある深谷ねぎを、低価格を売りにするラーメンチェーン店に出すのはどうか」等、説明会では生産者からの反対意見もあった。

しかし、経営の安定化を図るためには市場相場に左右される販売だけに依存するのではなく、リスクヘッジのためには多様な販売チャネルが必要であること。さらに、共販では規格外となるネギが売り物になり、収入の増加につながること。下物の最低価格が決まれば販売価格の下落リスクの軽減につながること。そういったメリットを丁寧に説明していった。

同時に、選別が不要であり手間がかからないこと。深谷の特産物のひとつであるユリの球根の輸入コンテナを再利用すれば出荷容器のコストがかからないこと。中間業者（加工業者）が地元業者なので運送経費も不要であること。当然、直接取引なので市場等の手数料もないこと。こういった手取り増加の根拠を説明し、具体的な金額も提示した。

このような説明を重ねながら手上げ方式で出荷者を募り、とりあえず動き出した。

2. 契約栽培.直接取引のスケジュール

当 JA での本格的な契約販売はこれが初めてであるため、タイムスケジュールを作成して準備を行なった。まずは出荷数量を把握するための出荷希望調査。中間加工業者との契約条件の整理。最終実需者である A 社との調整。契約販売にからむ内部決裁。生産者、各業者との契約書（覚書）の締結。手数料の設定や販売システムへの電算登録などの事務整理。テスト販売、出荷確認、情報交換などを経て、出荷の開始に至った。

また、JA が加工業務用の販売を推奨するということで、県の農林振興センターと連携し、業務用多収生産技術の現地実証試験も実施した。年内取りと年明け取りのいずれも反収 6t 程度の結果は出たが、全量を業務用にという意欲的な生産者はあまりいないのが現状だ。

注文数は毎月 40t だったが、初年度の実績は生産者 19 名、4 カ月で 33t。私たちは毎月最低でも 20t を確保することとしていたため、ネギの最も大きな部会の承認を得て出荷用の B 品を充てたり、市場流通以外の販売を担当する全農の青果ステーションの応援をいただきながら対応した。

昨年度の実績は生産者 24 名で 41t。足りない分は同じように補てんした。

3. 課題と目標

2 シーズン取り組んでみて、出荷に使用してきた球根コンテナの長さが不適切で作業効率が悪いことがわかり、新たに赤い折れコンテナを導入することとなった。これは加工業者にとっても保管場所や輸送面、異物混入発見率の向上等のメリットがある。今後、生産者と一緒に取引を拡大することを期待していただき、コンテナ購入費用の半額を加工業者に負担してもらった。それにより、生産者のコンテナ利用料は通常の半額以下に抑えることができた。

今後の課題は、各支店ごとの集出荷体制を整えていくことである。現在、当 JA では管内の営農経済事業の拠点化に取り組んでおり、来年の 2 月には北部センターが稼働し、南部でも 4 月を目途に新たな共販組織が発足する。販売の集約をはかるとともに、職員のスキルアップも目指していきたい。

地域農業の維持発展のためには組合員の利益に資することが重要であり、生産から流通、市場関係者から実需者、消費者に至るまで、お互いの現状・立場を理解し助け合い、JA の相互扶助の精神にのっとった社会を目指した販売事業を展開していきたいと考えている。

深谷ねぎのかつての収穫風景
（日本の食生活全集『聞き書埼玉の食事』より）