

[報告 2]

地産地消の地域農業振興の拠点づくりをめざして

さいさいきて屋の食と農の取り組み

西坂文秀 (JA おちいまばり直販開発室室長)

島々と山々からなる合併 JA

JA おちいまばりは、H9 年に今治市と越智郡の 14JA が広域合併して誕生した、島々を含んだ JA だ。

経営耕地面積 6,461ha、組合員数は約 28,000 人。合併当初は正組合員がほとんどで、准組合員などいないという状況だったが、合併後の十数年の間に逆転している。主要農産物は柑橘・果実類、水稲・麦・大豆、施設園芸(野菜)、花、畜産。

なぜ直売所をつくったか

—「農家が農協に来なくなった」

私は、営農販売で共販共選の仕事をずっと現場でやってきたが、農家が農協に来なくなり、営農の販売高が落ち、農産物が農協に集まらなくなったという変化を手取るように感じた。合併農協でも同様だった。

そのときに、「農協はこのまま共販共選や専業農家だけを相手にしているのか。兼業化で離れていった農家をもう一度農協に帰す仕組みはないか」と考えた。そして、女性や高齢者、兼業農家、小規模農家が農協に帰ってくる受け皿を農協のなかにつくろうと始めたのが、この直売事業だ。直売所の立ち上げを提案し、1,500 万円で事業を始めた。

場所は全農がブタのセリ市場をやめて、放っていた所。自分で草を刈り、ユンボやホイールローダーで整地し、建物にはペンキを塗って、使えるようにしていった。そのため、施設に関してはほとんどお金をかけていない。1,500 万円の資金は、POS 販売管理やメール送信、レジなどのシステム開発とハードの整備に使った。

「こんなに儲かる事業が農協には残っていた！」

直売所の初年度の売上は 2 億円。手数料は 15%、あがり度で 3,000 万あった。建物はわずか 30 坪なので、1 ヶ月の水道光熱費は 4 万円程度だ。年中無休で 9 時～午後 3 時の営業だったが、パート 2 人の給料、家賃、水道光熱費、私の給料を引いても初年度だけで投資した 1,500 万を償却して、まだおつりが残っている状況だった。



2 年目には 3 億売り 4,500 万のあがりだが、最初の投資は単年度で償却したので、2 年目は丸儲けだ。こんなに儲かる事業が農協には残っていたんだと、改めて感じた。同時に、営農販売がいかにロスの多い事業かとも実感した。

ところが、全農が別の事業で使うために、立ち退くことになった。だからといって、この事業をたった 2 年でやめてしまうのはもったいない。直売所をやってみて非常によかったことが 3 点あったからだ。一つは、農協にとってとても儲かる事業だということ。二つめは、組合員が大変喜んでくれる事業になったこと。たった 94 名の生産者で始めた事業だが、2 年目が終わるときには 400 名に増えていた。つくって持っていけば売れる。売れるからもっとつくりたくなる。小さなハウスを建てる農家が出てきたり、儲けるようになると農家が勝手に投資し、直売所に来てくれた。三つめは、顔の見える、新鮮でおいしい野菜が食べられるようになったとお客さんが喜んでくれたこと。スーパーに比べ、直売所の野菜のほうがおいしいという声があがるようになった。農協よし、農家よし、消費者よし、という事業があっ

たと感じた。これはやめたらいけないと思い、2 番目の店を始めることにした。

目をつけたのは A コープだ。A コープのなかで経営の悪かったところを「さいさいきて屋」という看板に付け替えて、直売所を継続することにした。

売上は増えたが手狭で出荷制限 一何のための直売所か？

ここでは 3 年ほどで売上は 8 億になった。すると今度は売り場が足りなくなってきた。出荷会員は 900 人に増えていたが、店舗の広さはたったの 89 坪。テントを店の周りに立てて対応していたが、農家はみんな店のなかに置きたがり、置き場争いが起こった。一方で、近所からも文句を言われるようになった。いい場所をとりたいた農家が 50~60 人も、夜中の 2 時くらいから待っているためだ。

トラブルが増えて、仕方なく出荷制限をかけ、3 コンテナ以上は持ってきてはいけないことにして、会員もこれ以上は入会させないよう制限をかけた。

けれども、自分の心が痛むようになった。せつかく農家が「持っていきたい」「もっとつくらせてくれ」という状況になったのに、「もうつくったらいかん」「持ってきてはいかん」「これ以上会員は増やさない」などと言わなければいけなくなった。

せつかくここまで来たのだから、おじいちゃんやおばあちゃんたち、農家の人たちがもっと活性化し、もっと農協に来てくれる仕組みをつくれればいいのではないか。そう考えて提案したのが、今に至る大型直売所のさいさいきて屋だ。

人口 10 万人の今治市に日本最大級の直売所オープン

大型店は H19 年にオープンした。農産物直売所、パウダー工場、食堂、カフェ、キッチンスタジオなどがあり、食のテーマパークをイメージしている。

農産物直売所は 562 坪で、「日本一大きい」と言われた。「今治の人口はたった 10 万人なのに、日本一の直売所をつくって大丈夫なのか」とも言われた。そのとき私が言ったことは、「途中でやめるから失敗なのであって、成功するまでやれば失敗じゃない」。

直売所の売上は、H23 年度の実績で 22 億 5,000 万円、出荷会員は約 1,300 人。普通の直売所と少し他と違うのは、地産地消の肉と魚も売っているところだ。

漁協との組合間連携

魚は漁協にお願いした。今治市内の 14 漁協が出資して別会社をつくり、その会社がさいさいきて屋の魚コーナーを運営し、魚も地産地消、今治産メインとなった。

肉のコーナーは当然自前でやっている。牛・豚・鳥、すべて今治産、うちの組合員のものしか取り扱わない。牛肉は和牛のみだ。

農協の米集荷量の半分をさいさいきて屋で 集荷し精米・販売

お米も販売している。小さな精米機での量り売りだけではなくて、精米プラントを置いている。低温倉庫もある。自分のところで集荷し、低温倉庫に入れ、精米して販売しているため、流通・物流のコストがカットできる。その分は、全農の買入れ価格よりも 30kg につき 500~2,000 円高い値段で農家から買うことで、農家に還元している。農協の集荷量の約半分の米をここで販売している。

島の農家に負担をかけない集荷システム

集荷集配もすべてやっている。島の農協からさいさいきて屋に野菜を出荷するためには、しまなみ海道を渡ってこなければならぬ。橋を渡るとかなりの通行料をとられ、遠い島なら往復で 1 万円近くかかる。そこで、さいさいきて屋で車を仕立て、職員がすべて集荷する。

手数料は 1 コンテナ 100 円。距離に関係なく皆同じだ。その金額でやれている理由は、一番遠い島に住んでいる人を 2 人、集荷担当職員として雇っていることだ。彼らは出勤をしながら集荷する。朝一番遠い島をトラックで出発して、島を順番に渡っては降り、というかたちで集荷しながら、最終的にさいさいきて屋に到着する。荷物を降ろすと、運転手は一従業員として働く。そして、夕方 3 時になると、前日の売れ残りコンテナと学校給食の食材を積ん

で、今度は一番近い島から順番に荷物を降ろしながら帰る。つまり、出勤ついでに集荷をして、家に帰る途中で荷物を降ろし、学校給食の食材を配達するという仕組みだ。

売上ではなく、残品ゼロの追求を

残留農薬分析室の用意もある。店の入り口の一歩よく見るところに、ガラス張りの部屋で、お客さんからもよく見えるようにしている。これが「安心安全」だ。

乾燥パウダー工房もある。ペーストなどの農産物加工ができる工房もある。これらは売れ残り対策だ。直売所の一番の欠点は、売れ残ったら農家が持って帰らなければいけないところ。これを解決しようと、パウダー工房をつくった。売れ残った野菜を買い取り、乾燥させてパウダーにしてケーキや菓子に使っている。私が考える究極の直売所は、売上が多い直売所ではなくて、売れ残りの少ない直売所。それで日本一になることが夢だ。それが農家目線、農家の立場になって考えるということではないかと思っている。

食堂のコンセプトは「食材はすべて今治産」。つまり、さいさいきて屋のものでしかつくりたくないということだ。そのため、セルフスタイルにした。セルフ食堂であれば、お客さんが自分の予算の都合で食べることができる。毎日の利用頻度を高くして、リピート率を高める。売上は年間 1 億 4,000 万だ。

カフェは果物と乳製品を加工して販売することを目的としている。基本的なケーキは 3 種類しかなく、上にのる果物が季節ごとに変わるだけだ。スタッフには、「ケーキを売ろうとしてつくるのではなく、イチゴやブルーベリー、イチジクを食べてもらいやすいようにつくれ」と伝え、果物を売ること考えたものづくりをコンセプトとしている。農協の施設や直売所に若い女性を呼び込みたかったことも、カフェ事業を取り入れた理由。スイーツを販売すれば若い女性が来てくれて、農業の活性化につながるのではないかと考えた。カフェの売上は年間 1 億 8,000 万。食堂と合わせて、飲食事業で 3 億 2,000 万の売上となっている。

飲食の原価率は 3 割。3 億売るとそのうちの 1 億円分が、カフェや食堂が材料として買っている売れ

残りの野菜や果物だ。こういう仕組みがあって、うちの店の残品はほぼ限りなくゼロに近い。

担い手育成と食育・食農教育

敷地内には 1ha ほどの農園を用意し、組合員への栽培講習や営農指導員の勉強会などをする場所としている。貸し農園も、初級・中級・上級に分けて一般市民に提供。常駐する 2 名の営農指導員が指導をして、担い手を育成している。ここでは、55 歳で就農して死ぬまで農業をしてくれる人を農業の担い手と位置付け、育成していこうと考えている。ターゲットは、女性、高齢者、兼業農家、小規模農家。

「彩菜キッズ倶楽部」という学童農園にも取り組んでいる。年間を通したカリキュラムで、1 万円の授業料をいただいている。無料のイベントには、「無料だから」という人しか来ない。子どもに対する教育をきちんと認識した親に来てもらうには、やはりきちんとお金を取るべきだろうと考えている。

子どもたちを田植え機に乗せると喜ぶ。自分も子どもどものころ、親父のコンバインの横に乗ったり、田植機に乗りハンドルを握らせてもらったのが本当に楽しかった。そういう想いを今の子どもたちに味あわせてあげたい。農業の大変さは放っておいてもわかるが、楽しさをわからせるほうが農業に近づく近道ではないかと思う。

学校給食では、市内の学校給食すべてを扱う。米は今治産 100%、パンも今治産小麦 100%だ。野菜・果物はさいさいきて屋から供給している。また、今治市内の幼稚園 2 カ所に食材ではなく給食も提供している。

オール電化のクッキングスタジオもある。子どもたちに家の台所に入る仕組みをつくっていかうと、子どもを対象とした料理教室、スイーツ講座を開催している。年間通じて予約でいっぱいになる。

農商工地域連携でお金を地域のなかで回す

―農産加工品から衣類まで

農商工地域連携で、加工製品にも取り組んでいる。原材料はすべて今治産。レトルトカレーやハム・ソーセージ、ドレッシングやジュースなど、100 種類あまりの加工品があるが、原材料はさいさいきて屋

が供給し、市内の業者がつくったものをすべてこちらで買い取って販売している。地域の経済を地域のなかで回していくために、原材料も加工業者もすべて今治のなかで、お金を今治から出さない仕組みだ。

綿の栽培もしている。今治はタオル生産日本一。綿からすべて今治産でつくれば、地場産業である日本一のタオルがすべて今治産でできると考えた。また、つくった綿をタマネギやミカンの皮で染め、今治の業者がタオルにしたものも販売している。

綿があれば衣類もできる。ジーンズメーカーと一緒に作業着を作った。カッコいい農業をイメージした衣類を発信しようと、服屋もオープンする予定だ。

スーパーとの違いは、「チラシを入れない」「観光バスが毎日来る」。消費者ニーズを考えた直売所で、「今治産にこだわった商品づくり」が生き残れる要因かと思う。また、「経済はなるべく小さく回す」。加工などは、なるべく地域の業者に依頼をして、お金を外に出さない仕組みをつくることも生き残り戦略ではないかと思う。

なお、通信販売も立ちあげた。