

【第 3 報告】 多品目・多品種化への転換による果樹産地活性化戦略

J A 中野市営農部長 海谷栄治

J A 中野市は正組合員戸数 3200 戸ほどしかない小さな農協で、昭和 39 年に 1 町 8 村の農協が合併し、ちょうど節目の 50 年目になったところである。歴史のある農協だが、大同合併していない本当に小さな農協がいろいろな取組をしていることを報告させていただきたい。



■はじめに

中野市は長野県の一番北に位置している。付近には野沢温泉や志賀高原など有名な観光地があるが、中野市には観光はほとんどなく、農産物が主要産業となっている。中野市で有名なのは、土びなという人形。音楽家・中山晋平が生まれた場所でもある。

J A 中野市は、昭和 39 年に合併して以来、合併の話はいろいろとあったが、ここまで 1 市 1 J A として取り組んできた。多様な果樹品目があり、すでにハウスの巨峰の出荷も始まっている。サクランボは加温ハウスがほぼ終了し、これから雨よけの時期に入っていく。

また、「おいしいたのしい果物狩り」と、サクランボ狩りも始めた。明日はサクランボ狩り祭として、2 日間連続のフェアを組んでいるところだ。巨峰やリンゴの果物狩りにも取り組んでいる。

主要品目としては、リンゴ、モモ、サクランボ。アスパラガスはグリーン、ホワイト、パープルの 3 色で取り組んでいる。あまり知られていないが、花ではシャクヤクが 200 万本と日本一の産地となっている。ブドウは巨峰がメインだが、行政単位では巨峰の生産量も日本一。また、きのこ関係は合計販売額が約 190 億円ある。なかでもエノキダケは 110 億円ほど、5 万 t ということで全国シェアの約 3 分の 1、日本一の生産量を持っている。エノキダケを中心に、ブナシメジが 1 万 5000 t、現在 6000 t のエリンギも拡大し、ナメコも含めきのこ総合品目供給産地を目指していく。

小さい市ではあるが、シャクヤクと巨峰とエノキダケといった日本一の産物を持っているのが特徴である。

当 J A では、きのこ類の生産量が全国で最も多い。そのきのこの魅力をしっかりアピールし、消費拡大につなげるために、J A 組織内に「きのこ研究所」を立ち上げて、全国、メディアに発信している。

特に伝えたいのは、J A 中野市の主なエノキ製品として、最近知られてきた「えのき氷」がある。当 J A が開発して、業者に委託し、全国に向けていよいよ販売が始まったところだ。

そのえのき氷が入ったレトルトカレーがある。長野県農協直販、全農長野県本部、信州大学と共同で開発した「えのきヨーグルト」は、エノキの味はしないが、エノキのエキスが入っており機能性食品ともいえる。生エノキ換算で 10 g ほど入っているということで最近話題になっており、販売が進んでいる。また、えのき氷の入った味噌やえのきパン。干しえのきはシイタケと同じで、干すと非常にうまみが増

すと話題になっている。その他に、えのきせんべい、えのき茶、えのきペーストいり信州そば、JA 中野市が独自に製造しているものとして、えのきミックスドレッシング。こういったものも、きのこを中心とした 6 次産業化のひとつとして取組みが始まっているところである。

■ JA 中野市の事業概要

中野市は、平均気温が 11.7℃、夏は 35℃から冬場はマイナス 15℃と気温差が大きい。年間降水量は約 1000mm。ほとんど雨が降らないため、いかに栽培水を確保するかが大事。海拔 370m、下は 340m から上は 550m まで。世帯数が 1 万 5000 戸、人口が 4 万 6100 人。

当 JA の正組合員戸数は 3149 戸、正組合員数が 4785 人、准組合員戸数は 2908 戸、准組合員数は 3488 人。取扱高は、平成 24 年度実績で 230 億円。果実 42 億円、きのこ 179 億円、野菜花卉 7 億円、農産畜産は 2 億円しかない。単純な戸当たり販売高は 730 万円。

当 JA の農業の特徴は、まず、全品目に部会なり研究会があること。農協の取り決めのなかでは、1 億円を越えた産物は研究会から部会へ昇格できることになっている。最近ではプラム研究会がプラム部会になり、昨年は何と 2 億円の実績を上げた。ラ・フランスも部会になっている。多品目化のなかでも、まずは 1 億円を目指そうと、組織をあげて有望な品種に取り組んできた。

2 点目の特徴は、きのこの周年栽培技術。今は当たり前だが、当時はなかなか夏場のきのこはできなかった。冷房技術を開発し周年供給を可能にした。施設化の取組みとしては、たとえばブドウでは約 40% が加温ハウスや雨よけハウス。サクランボでは約 60%、アスパラガスが 40%、シャクヤクも 40% がハウスとなっている。露地栽培は非常に災害が多く、今年も春先に霜が降ったりしたので、生産面の安定化を図るとともに、高品質化を目指し、施設化に真剣に取り組んできた。昨今、他の JA ではハウス化は進んでいないようだが、当 JA では未だに加温ハウスや雨よけを増やしたり、行政の力も借り、特別な助成を講じながら、施設化を推進している。

3 点目の特徴は共販共選で、大きな荷口で市場を制してきた。これにより規格が統一されるなど、いろいろな面でメリットがあった。今になって弊害が出てきてもいるが、とりあえず荷口は大きいほうがいいということで進めてきた。

4 点目は輸送システム。北海道から沖縄、海外まで含めて完璧にできている。

■ 中野市果樹農業の変遷

昭和 40 年代はリンゴが主要品目だったが、50 年代になると単価が極端に安くなり、リンゴから巨峰へと大きな転換を計り、その後全国一の巨峰の産地となった。60 年代は巨峰の全盛時代で、こんなに儲かる品目があるかというほど儲かった。ところが、巨峰もリンゴもモモも単価が大きく落ち込んでしまったことが、平成 10 年代に再び大きく方向転換をするきっかけとなった。

当 JA はリンゴ、モモ、ブドウが 3 本柱。そこにスモモ、サクランボ、西洋梨のラ・フランス、和梨の南水を導入した。さらに、柿についても長野県の市田柿のブランド強化推進協議会に入れてもらい、

8 大品目で進めるという方向に転換した。

現在では、共販共計による荷口の大型化のなかで、あえて多品目化した。その品目のなかでもいろいろな品種があるので、品種の設定をし、それを増やしていった。作型については、昔でいうところの極早期加温や雨よけ、無加温など、いろいろと取り組んできた。また、多栽培型として、特に巨峰などはこれまですべて有核巨峰だったが、種なし巨峰が食べたいという要望が多くなり、種なし化を進めてきた。

最近では、多栽培グループ化として、それぞれの部会内にいろいろなグループをつくってきた。

■時代の変化と今日的な産地戦略

(1) 主力品目の絞り込み：主要 3 品目に、サクランボ、プラム、和梨、西洋梨、柿を加えた。

(2) 品種の絞り込み：品目ごとに生産振興拡大品種を決定し、部会とともに振興すべき品種をしっかりと選定し、農協はそれに対する助成をする。ともかく植えてもらうために、技術員が「今年は 1000 本 1 人ずつ担いで組合員に植えてもらおうじゃないか」と農家まわりをしたこともあった。

(3) 栽培グループ化：当初は栽培目的別だったが、それが販売目的別になり、販売別先になり、最終実需先別になってきている。これはまだまだ変化するだろうと考えている。

(4) 販売対策：かつては大型荷口ということでやってきたが、「こんなにあるのか」というくらいにアイテムを増やしてきた。今になって若干の弊害はあるが、売れるのであればどんなアイテムでも売っていかねばならないという考え方でやってきた。PB 商品や贈答用について、昔、農協はバカにしていた、市場があればいいということでやってきたが、いよいよ贈答用もしっかり対応することにした。それから、最近では通信販売、ネット販売にも取り組んでいる。売る数はともかく、こうしたことにも取り組んでいかなければ時代に合わない。細かい荷口の対応もしている。

(5) 商標の登録：もともと農協は知財などあまり関係なかったのだが、夕張に行ったときに 30 数種類も商標登録や意匠登録があるのを知って、中野市農協もこれではまずいということになった。最近の果実関係では、「陽だまり」、「肌美人」、ピオーネに使っている「チャンピオーネ」、「冠雪ふじ」、「e c o 育ち」、「完熟シャイン」と、6 つの商標を農協で獲得している。

(6) 栽培技術対策：土づくりはもちろんだ。きのこの産地だから、いくらでも有機質の土がある。きのこの使用済み培地を土へ還元している。最近では放射性物質への対策。JA で検査装置を導入し、きのこの培地、土壌、果実、野菜に対して、すべて独自に検査を行なっている。気象災害対策としては、最近、霜やヒョウが降ったりして大変なのだが、施設化にいかに取り組むかということでここまでやってきた。

(7) 加工品対策：先ほどの関係の加工品を紹介したが、果実関係でも、こだわりの干しブドウ、干しリンゴ、果実ジャム、ペーストがある。直売所のジェラードにかけるペースト等の開発や販売も行なっている。

(8) 多様な担い手対策：3000 軒しかない中で、中心的担い手、大口の方は企業的に 30 億円ほど売り上げている方もいるが、50 万円の方も、直売所に出す 10 万円程度の方、女性や高齢者、定年帰農された方も、すべてを担い手と位置付け、担い手別に様々な提案をしている。

■ J A 中野市が推奨する品目、品種、作型、栽培型、グループ商品

4. JA中野市が推奨する品目、品種、作型、栽培型、グループ商品	
①りんご	: 新中生3種、冠雪ふじ、ニコニコアップル、肌美人ふじ
②もも	: 極晩生種、黄肉系品種、我が家自慢、ニュー黄金桃
③ネクタリン	: サマークリスタル、晶光、フレーバートップ、ファンタジア、秀峰
④ぶどう	: シャインマスカット、ナガノパープル、ロザリオビアンコ、抑制作型
⑤プラム	: 大石早生、菅野中生、サマーエンジェル、太陽、秋姫、ニコニコプラム
⑥プルーン	: サンタス、くらしま早生、くらしまプルーン
⑦サクランボ	: 加温ハウス、紅秀峰、月山錦、観光農園 (+お土産販売)
⑧和梨	: 陽だまり南水
⑨西洋梨	: ラフランス郵パック、4pパック、2pパック
⑩柿	: 市田柿 (干柿)

グループ商品についてはすべて手上げ方式。たとえばブドウ部会のなかで「陽だまり巨峰」をやる場合には、生産者に手を挙げさせて、500人いるうちの20人でも30人でも、売り先があるのであればグループ化して、それに向けた商品をつくるようにしている。

グループ化されたものは、たとえばりんごでは「冠雪ふじ」。地元の高社山 (こうしゃざん) という山に雪が降るまで成らせておくもので、今では当たり前になってしまったが、商標登録を持ったこだわりのふじりんごだ。「ニコニコアップル」は行政などの認定は

ないが、減農薬栽培。「肌美人」は半透明のワックス袋をかけたふじりんごで味もよく、商標をもって販売を始めたところ。これらはすべてグループ商品である。

モモでは、極晩生種。特に新潟県の白根市でできた白根白桃や、黄肉系品種も今はだいぶ入っているが、長野市の川中島地区でできた「黄金桃」が主体になっている。こだわり商品としては「我が家自慢」、「ニュー黄金桃」がある。当JAは共選が95%だが、この「我が家自慢」も手上げ方式 (栽培希望者募集) で、自分で選果して自分で荷づくりして持ってきてもらっている。複数共計になるので、別精算。我が家もモモをつくっており、95%はコンテナで共選場に出しているが、いいものを5%残してキャップに詰めて、1kg、3kg、5kgといった化粧箱に入れ、レギュラーとは違う荷づくりをしながら、それぞれ個人伝票で持っていき、別精算になる。これを半分くらいやっている方もいて、モモでこんなに儲かるのかというほどのグループになっている。「ニュー黄金桃」は、今は当たり前になってしまったが、除袋をせずに黄色いモモで、共選すると痛むので、自分でキャップにくるみ段ボールに詰めて持ってきてもらっている、これもグループ商品だ。

ネクタリンは、最近ではスイート系の「サマークリスタル」や「晶光」。以前からある品種では、「フレーバートップ」、「ファンタジア」、「秀峰」という非常にいいネクタリンがあり、これからどんどん売っていかうと改めて進めている。

ブドウでは、「シャインマスカット」、長野県オリジナルの「ナガノパープル」、黄緑色の「ロザリオビアンコ」。抑制作型というのは、貯蔵ではなく、樹体に成らせたままで11月、場合によっては12月半ばまで、後期加温をして軸が青いまま収穫するという技術。貯蔵とは違い鮮度があるので、非常に高値で取引されている。

プラムについては、シリーズ化ということで「大石」から「秋姫」まで継続的に出荷できる体制づくりをしている。「大石」などは頭が赤いときに収穫してしまうが、グループ商品の「にこにこプラム」は、完熟まで置いてしっかりと赤くして即日売るようなかたちにする。「太陽」という品種は、完熟ものを敢えて収穫してこだわりで販売していく。これが、にこにこプラムグループだ。

プルーンは、「サンタス」、「くらしま早生」、「くらしまプルーン」。

サクランボはほとんどが加温ハウスだが、そうは言っても儲かる。そこに、「紅秀峰」、「月山錦」を入れて、遅ればせながら観光農園も始めた。観光農園で売のおみやげほど、儲かるものはない。自分で

売ってもらってもいいが、貯金と共済はぜひ農協で、とお願いしている。

和梨は 90%が「南水」だが、あえて「陽だまり南水」をつくる。完熟にしてしまうとアルコールくさいので、その一手手前で収穫して、一つひとつキャップに詰めている。共選品だが、「陽だまり南水」を特殊な売り先に販売している。梨も非常に厳しい販売状況だが、これだけは高く売れている。

西洋梨は「ラ・フランス」。5kg 換算で 35,000 ケースほどしかないが、ほとんどがゆうパック。あとは生協対応で 4 p パックと 2 p パック、これが意外と儲かる。

柿は「市田柿」。これはまだ栽培が始まったばかりで、干し柿技術はまったくない。ようやく 3000 万円近い売上になってきた。これも柿研究会から柿部会にしてゆきたいと、取組みを強化しているところだ。

「こんなものをぜひやりませんか」「おたくはプルーンがいいですよ」「どうせブドウがあるからシャインマスカットにしませんか」などと、技術員や販売担当がそれぞれの農家に提案している。

■販売実績 ～果実、きのこ、野菜・花ほか

まずは果実関係の販売実績。平成 3 年度と平成 24 年度の実績、25 年度の計画が表にしてある。平成 3 年度の 61 億 8000 万円を 100 とすると、昨年の実績が 41 億 7800 万円で、当時から見ると 68%まで減っている。昭和 58 年に農協に入ってから、ずっと減り続けている。ただようやく、23 年度に 21 億 4800 万円だったブドウが昨年は 27 億 5800 万円と、約 6 億円増加している。これまで取り組んできた「シャインマスカット」や「ナガノパープル」が結実してきたし、また巨峰の強化として「種なし化」をすすめてきたこともある。そうしたことがようやく実を結んできたようで、大きな販売高の向上につながった。あえて今年は 25 億円と、下げの金額目標を立てている。

プラムは昨年はようやく 400 t で 2 億円。平成 3 年には 4000 万円しかなかったものが、5 倍になった。苗木を植えてきたこと、取引先がしっかりと決まってきたことにより、ようやく 2 億円になった。今年は裏年なので、1 億 5000 万円に下げた。そうしたら本当に霜が降り、約 5000 万円の被害が出てしまった。ただ、面積的に考えると、1 億 5000 万円もあれば十分かなというところ。市場などでもやっと、中野のプラムは認知されてきたと感じている。

サクランボは、平成 3 年当時 4000 万円だったものが、いまは 2 億円。加温ハウス栽培の品質は日本一だといわれるようになり、山形の産地には負けるが、山梨には勝ちつつある。加温と雨よけハウスが中心。

西洋梨、和梨についても、当時は合計して 5400 万円だったものが、今年は 1 億 5600 万円ほどを計画している。

その他果実については、昨年は約 3000 万円。「市田柿」が非常によくて、単価は安かったが、量が伸びて、こんな数字になった。

ただし、全体の合計では、リンゴ、ブドウ、モモの大きな価格低下により、64%に減ってしまったという状況だ。

次にきのこの販売実績だが、平成 3 年度に 141 億円が、昨年実績で 178 億 8000 万円。今年は約 214 億円で、平成 3 年からみると 152%となった。エノキが主体で 133 億円、ブナシメジが 47 億円、ナメ

コは 2 億 4000 万円。エリンギで約 30 億円、その他きのこで 2 億 1000 万円。きのこの合計では 214 億円を計画している。

野菜も、平成 3 年度に 19 億円あったものが今は 7 億 1000 万円になり、37%に減ってしまった。これは当時、17 億円あったアスパラガスが 1 億円に減ってしまったことが一番の原因だ。シャクヤクは、当時の 8000 万円から 1 億 6000 万円まで増えている。その他の花も、1000 万円から 1 億 6000 万円に。これはトルコキキョウやアスターが増えたためだが、アスパラガスの減り方は異常で、他の産地もこうならないようにぜひ気をつけていただきたい。これは連作障害で、非常に茎枯れ、立ち枯れに弱いためだ。私たちは、処女地に植えて、アスパラの後のアスパラはダメですと伝えている。これもいつかはまた増えてくると思っているが、とりあえず今は 1 億円に甘んじている。

農産、畜産は、ないわけではないが、あまり考えていない。合計で、今年の計画が 262 億 8000 万円。当時比でみると 114%。

これは偶然なのだが、すべての合計額は平成 3 年と昨年 24 年度がほぼ同じで 100%。だから、減った分をきのこなどの他の品目を増やすことによって、ようやく当時の額までなんとか戻した。私も 22 年、23 年、24 年と担当してきたが、合計で増えてきたのでよしかなと思っている。今年はなんとか、きのこを中心に園芸も絡めて、262 億円をあげようではないかと計画を立てたところだ。

■果実の品目別振興計画

ここからは、品目別に部会と取り決めをした内容を報告する。

長野県では、平成 25~30 年度の 6 年間を長期構想、向こう 3 カ年を中期計画として計画している。これからご報告する数値は、平成 30 年に向けた計画だ。

ブドウについては、4kg 換算で 82 万ケース、27 億円を売り上げる。集荷対策としては、当時 90%ほどの系統シェアがあったが、最近では 70%くらいまで落ちてしまったため、改めて農家訪問する。「赤秀」といって、俗に品質のよくないものを特別集荷するような取組みもしながら、集荷をしていきたいと考えている。

それから、改めて巨峰の再構築をする。巨峰はやはりブドウの王様。「116 運動」は 1 坪に 16 房を必ずならせていくように、改めて苗木を植えさせる計画だ。

品種構成の見直しとしては、現在、ブドウは 30 品種以上あるが、1 品種 1 億円を最低ラインとしたい。そのなかでも柱になる品種は、「ナガノパープル」。「GOGOパープル」というスローガンで、5 年後に 5 万ケースを目標として、苗木の導入が進んでいるところだ。

「シャインマスカット」については、すでに 1 万本の苗木が入っているので、10 万ケースは間違いなく達成できる。「SMA P21 (シャインマスカットアクションプラン)」を平成 21 年度から行なっているため、計画は達成すると思う。

これは中期計画だが、巨峰については種なし、有核とあるが、品種が違いくらいのイメージで、巨峰の 7 割まで種なしを拡大する。園芸特別対策事業として、農協がジベレリン処理に関わる薬剤費などを助成する。それから、「116 運動」を展開し、1680kg を確保する。現状は、せいぜい 1300kg というところだ。

ころだ。

「ナガノパープル」、「シャインマスカット」については、「GOGOパープル」や「SMA P21」の取組みを早期に進めていきたいと考えている。

その他いろいろな品種についても、導入、現状維持、他品種へ変更を整理している。作業的に見て省力化をはかるには、「サニールージュ」などの品種を提案している。

リンゴとモモについては、部会が合併して、リンゴ・モモ部会となった。リンゴ・モモ双方が安定して 10 億円になることを目指す。リンゴについては 24 万 8000 ケース。JA のシェアは 4 割あるかないか。集荷対策は、あえて「ふじ」については農家訪問したり特別企画、買い取り提案も含めた庭先集荷など、いろいろとやっているが、なかなか増えてこない。そうであれば、「ふじ」については共選のレギュラー品だけどんどん出してください。集めていきますと伝えている。

ただ、集めなければいけないということなので、「サンふじ」の再構築と「ふじ」におけるこだわりグループを拡大し、金を取ってもらうことで農協に出してもらうというふうに進めていきたいと思っている。

あとは、長野県の「秋映」と「シナノスイート」についても、それぞれ数量を決めて取組みを進めている。

モモについては、5kg 換算 34 万ケース、6 億 8300 万円。早生はどうしても山梨県や福島県があるので、「川中島白桃」以降、「白根白桃」、「ゴールデンピーチ」といった中晩生種に重点を置く。黄肉系品種についても 6 万ケースまで増やす。さらに、「スイートネクタリン」、特に「サマークリスタル」という長野県オリジナルの品種や「晶光」という品種もあるので、振興を進めていく。

次の表は、リンゴ・モモに関するこだわり商品を含めてこのくらいの数量までやったらどうかと提案している。

(数量:りんごが 10kg、ももは 5kg)

品 種	数 量	金 額 (千円)	振興品種の考え方
サンふじ	100,000	250,000	メインのサンふじは集荷対策を含め扱い量増大。上から下まで全て売る態勢
サンふじこだわり	20,000	62,000	
秋映	35,000	91,000	オリジナル品種の適地適作による振興。
シナノスイート	12,000	33,600	
あかつき	40,000	72,000	中晩生種の拡大。益前後の品種は販売環境等も考慮した振興策とする。
なつっこ	20,000	36,000	
川中島白桃	100,000	200,000	
白根白桃	25,000	55,000	
黄金桃 (系統含)	40,000	91,000	有袋・無袋限らず拡大
ゴールデンピーチ	20,000	50,000	
スイートネクタリン	8,000	18,500	サマークリスタルを中心に振興
目 的 別	◎導入品種 ○現状維持 △他品種へ更新 りんご: ◎シナノホッペ、ファーストレディ、すわっこ ○サンつがる、シナノゴールド △王林、その他早生品種 もも: ◎幸苗、さくら白桃 ○早生種 △長沢白鳳、その他雑品種		

JA中野市

モモの「なつっこ」は、2 万ケースで 3600 万円。これらは、どの生産者がどの苗を植えたかをすべて把握しているの、「もう 10 本植えてみませんか」という提案もできる。「白根白桃」は 2 万 5000 ケース、5500 万円。これらの数字はすべて部会とともに決めたものだから、この目標に向けて苗木をどんどん植えてもらうということで進めている。

梨については、取組みが遅かったのでもだまだ量は少ないが、和梨の「南水」

が主体で、8 万 2500 ケース、1 億 2800 万円。西洋梨は「ラ・フランス」を中心に、3 万 8000 ケース、5200 万円。南水という梨は非常に不安定で、今年も遅霜の被害にあってしまったのだが、和梨と西洋梨の両方が安定的に部会でいられるために、24 年度にナシ部会として組織合併した。和梨と洋梨を一緒

に販売することができたし、役員も 1 本になるので、トップセールスにも具合がいいということで 1 本化した。梨についても、それぞれ品種ごとの目標数値を決めて取り組んでいる。

プラムについては、レギュラーとこだわり栽培グループの「にこにこ」があり、「にこにこ」のほうが増えている。昨年、400 t まで行なったが、今年の計画は 266 t。

「にこにこ」というのは、過熟までいかない完熟状態の収穫で、出荷アイテムも違うわけだが、組織内組織をつくっている。会長さんにもにこにこ部の部長がいて、本当の部会長とは違って、組織内組織として取組みを進めている。

取引先については同じだが、同じ市場にもレギュラー品と「にこにこ」が行く。こだわっているほうが単価的には取れる。

レギュラー品は「大石」から「秋姫」までシリーズ化、5 品種を中心に進んでいる。「にこにこ」も品種構成はレギュラー品と同じ。「にこにこ」については、平パックを中心に進めたらどうかと、アイテムの変更も検討している。

市田柿については、12 万パックで 5000 万を目標にしている。1 億円にならないと部会にならない。非常に冬場が寒いことと、冷涼な気候でなかなか品質のよい市田柿ができるようなので、いずれは 1 億円になるかと思う。乾燥施設や皮むき機等にお金がかかるので、農業研究開発事業として 2 割の助成を導入している。

■今後の課題

今後の課題としては、まず 1 点目に、農業者の高齢化と後継者不足。青年部には 200 人以上いるが、10 年後 20 年後を考えたときに、やはり後継者が足りない。要はサラリーマン並みの所得が取れるのであれば農家でやっていけると思うのだが、それができていないから後継者の確保ができない。わかりきったことだが、いかに農家所得をあげていくかということが一番の後継者対策になると考えている。

逆に考えると、高齢化というのは悪いほうに捉えてはいけない。担い手のなかには年寄り層もいなければ、直売所の品目もたない。農業に定年はないので、70 歳や 80 歳でも、生きていく限り野菜をつくってください、というのが私たちの産地方針だ。

20 億円上げる方がいれば、10 万円の農家もあっていい。高齢者も大切にしながら、後継者対策としては、要するに儲かる品目や儲かる作型を提案し、所得を確保する。それができれば後継者も増えてくると考え、取り組んでいるところだ。

遊休荒廃農地については、450ha の荒廃農地のうち 200ha ほどは、ロータリーでかき混ぜたり土づくりをすれば復活できそうな園地だ。先ほど話したが、アスパラガスは連作ができないから、処女地に植えましょうという方針を立てて、中間保有をしながら農地を斡旋して、連作障害がおきないように、アスパラやシャクヤクを新しい畑に植えてもらうために荒廃農地を使っていくという方針を立てている。

価格低迷対策については、国にゆだねるところが大きいと思う。構造的に儲からない。末端売価が

決まっているのでやりようがないというところ。生産者価格と小売価格が非常にかい離しているのは構造的な問題かと思っていて、きのこなどは最たるもの。これを是正しない限りは農家手取りの向上はないと考えている。

それからもう 1 点は、JA の直売、直販。いかに組織を介さずに売っていくか。そういった取組みを強化していく。

販売数量確保については、系統シェアの向上もそうだが、品目品種を増やすと柱となる品種がなくなるという逆の現象が起こる。たとえば、ブドウなら「巨峰」が柱だが、そこに「ナガノパープル」と「シャイン」をしっかりとつくらないと、いろいろな品種があってもダメです、と。部会として柱となるものをしっかりと取り組んでくださいということにしている。

また荷口も、「巨峰」という柱があるから「ナガノパープル」や「シャイン」が売れるという面もあるし、グループ品もそう。レギュラーという大きな柱があるから少量のこだわり品も売れていく。両方絡んでくるので、それにはやはり 1 品目 1 品種というしっかりとした収量確保、販売数を確保する必要があると、改めて進めているところだ。

生産コスト対策としては、削れるものはすべて削ったはずだが、最後はやはり流通経費だと思う。農薬・肥料も減らした、これ以上減らせないということになると、いかに中を抜いていくかというかたちになっていくと思う。農家手取りを向上させるためには、抜けるものはすべて抜いていこうということ。全農や市場が入ってくるのは仕方がないので、ある程度、取組みを進めて、非常に直販率も増えてきた。

生産面については、異常気象、温暖化。これについては、技術対策や品目、作型もあるが、最後はやはり施設化しかないと判断している。今さらではあるが、ハウスをどんどん建てる計画だ。

農業経営者育成対策としては、きのこは皆さんが経営者になったが、園芸では経営者と言われる方は非常に少ない。年間で従業員を雇用して、経営者になっていただきたい。園芸についても、農協として経営者の育成対策に本格的に取り組んでいきたい。

この研究会とお付き合いするようになって 10 数年が経ち、ようやく中野市農協も仲間入りができかなという感じがしている。まだまだ取組みが足りないところもあるが、農家の手取りを増やすために何をしていったらいいかということが、ようやくわかりつつある。だんだんその実践もできてきたかなというところで、向こう 6 カ年の計画については、しっかりと農家手取りの向上と生産農協としての自負を持ちながら、取り組んでいきたい。