

[報告 1]

担い手に情報発信・提案しながら 新たな米販売手法に挑む

小野忠義 (JA ぎふ 営農部 部長)

辻 有記臣 (JA ぎふ 営農部 営農企画課 課長)

林 秀治 (JA ぎふ 営農部 営農企画課 代理)

JA ぎふの概要

エリア 6 市 3 町 (岐阜市、山県市、本巣市、各務原市、瑞穂市、羽島市、北方町、岐南町、笠松町) 人口約 80 万人
 創立 昭和 38 年 (平成 20 年 4 月合併)
 出資金 72 億 2 千万円
 貯 金 9,209 億 3 千万
 共 済 2 兆 2,808 億円 (保有高)
 購 買 80 億 1 千万円
 販 売 86 億 9 千万円
 米穀 13 億、枝豆 6 億、ニンジン 3 億、カキ (管内は富有柿発祥の地でもある) 6 億、イチゴ 7 億。
 店 舗 58 ヲ所 (正職員数 1,025 人)
 組合員 正:33,145 人、准:67,552 人
 第三次中期経営計画のテーマは「積極的な自己改革への挑戦」、サブテーマは「地域に必要なとされる JA であるために、トリプルワンを目指す」。トリプルワンとは「販売高を 100 億に」「貯金量を 1 兆円に」「新規就農者を 100 名に」という 3 つの目標であり、これを 3 ヲ年で実現させるべく取り組んでいる。

水田農業担い手協議会について

平成 23 年度の数值だが、JA ぎふの米の出荷者は約 5000 名、うち 100 俵以上の出荷者が 100 名 (全体の約 2%)。この 100 名 (営農組合、法人、個人含む) がいわゆる担い手であり、全体の出荷量の 38%、4 万俵を出荷している。

この 100 名とどう向き合っていくかが、JA の米の集荷実績にかかわってくる。そういう問題意識から、平成 22 年、管内全域に水田農業担い手協議会を設立することとした。管内の本巣という地域には、平成 5 年に担い手協議会が設立されていた。これを模範とし、岐阜市、山県市、各務原市、羽島市の 4 地域でも、1 年をかけて各地域に担い手協議会を立ち上げていった。その後、これをさらにもう一段階すすめる、政策集団とするために、5 地域の協議会を



統一した「JA ぎふ水田農業担い手協議会」の設立を目指した。

しかし、実際に各地域の協議会を一つにするのは、反対意見もあり、非常に困難を極めた。各地域の会長たちと膝を突き合わせ、酒を酌み交わして協議をすすめる、23~24 年と 2 年がかりで取り組んだ。そして、25 年の 2 月に第 1 回の研究交流会を開催するに至り、ここによく、「JA ぎふ水田農業担い手協議会」としての活動が始まった。

この協議会は、4 つの活動を核として運営している。一番の肝となる活動は会長会である。年に複数回、5 地域の 5 会長と会議を持ち、意見の集約をし、方向性を決定する。二つ目は、年に 2 回の研究交流会である。これは、会長会で討議されたものを担い手の方々に提案する場となっており、現在は 250～300 名に参加いただいている。三つ目は、意見交換会・政策提言である。国、県、JA 役員、5 地域の 5 会長が意見交流し、組合員の要望などを聞きながら、政策提言も含めて取り組んでいる。四つ目は、大口出荷者の視察である。これは、半分は大口出荷者に対するサービスであり、一年に一度、視察研修を実施して交流を深めている。

この協議会の中で、担い手の皆さんにポイントを経た提案をしてきた。内容は、平成 24 年度は非共計、25 年度は備蓄米、26 年度は飼料用米、27 年度は蔵出米、そして今年度は複数年契約である。

管内の担い手はほとんど、この協議会に参加いただいている。協議会の提案に担い手が賛同し、率先して取り組むことで地域が変わっていく。地域への波及という面で、この協議会は非常に大きな役割を果たしている。今年度の JA の集荷量は、平成 20 年の合併時と比較して 58%増加しているが、これはその成果の一つだと考えている。

当 JA では、水田農業担い手協議会の会長会などに対して、米のマンスリーレポート、価格変動、米をめぐる状況について、常に情報を発信している。米の需要は徐々に減少しており、そこにどう対応するかが非常に大きなポイントになってくる。

非共計

水田農業担い手協議会を立ち上げて最初に取り組んだのが非共計である。非共計とは、JA ぎふから実需者への直接販売のルートをつくるということ。ただし、いきなり組合員全員を対象にするのは難しいため、100 俵以上の出荷契約者かつ水田農業担い手協議会の会員に限っての取組みとした。100 名～200 名の生産者を対象としている。

コシヒカリの収穫が始まる 9 月 1～2 週目、業者が買入をするこの時期は米価が高い。そのときに、JA が概算金だけを持って行っても、農家は売ってくれるわけがない。そこで、非共計で対応し、市況

価格に連動させるかたちで JA への出荷を依頼している。

その際には、フレコンなどで簡単に出荷できる方法の提案と、もう一つは農産物検査。これはどこの JA でもやっているかと思うが、私たちはただ検査をやるだけでなく、米の調製段階で TAC が農家に出向き、節目指導などを実施し、その場で等級を明確に示している。つまり、通常の検査時にはすでに等級と価格が決まっており、農家へのレスポンスを早める体制が確立している。

また、農家を訪問した際には、同時に篩下米（クズ米）についても専用袋を用意し、出荷を依頼している。もともと JA は、カントリーエレベーターやライスセンターの篩下米を扱っている。量が多いので価格も形成しやすく、篩下米については業者よりも JA のほうが高い価格で販売できている。担い手から集めたものも一緒に高く売り、担い手が少しでも儲かる仕組みをつくっている。と同時に、篩下米を買いに来る業者が篩上の米も持って行ってしまうことの防止にも役立っている。担い手の要望にしっかりと応えていくことが、集荷の実績に直結していると感じている。

飼料用米の推進

米価の下落を見越し、当 JA では飼料用米の取組みをいち早く開始した。

岐阜県全体で生産された飼料用米のうち県下 JA グループの取扱量は 52%だが、私たちは取組みに着手したのが早かったため、管内の生産量の 93%が JA に出荷されている。どうしても JA に出したくないという 1 人の農家を除いて全員である。

この仕組みがどうしてできたかということ、平成 26 年から飼料用米に農産物検査が導入されたことが大きい。農産物検査は集荷の過程で集荷業者が行なうが、1 俵 1,000 円に満たない飼料用米を扱っても儲けは少ない。このため私たち以外の集荷業者は飼料用米に検査に消極的だった。一方、飼料用米の出荷先は、全農だけでなく、地域内の酪農家、養鶏組合など、多様であった。そういうところに出荷したいという要望が生産者からあがったので、包括的に出荷契約を取り交わすかたちですべての業者と契約をし、水田農業担い手協議会とも連携しながら、

JA を通して生産者から実需者に渡す仕組みを作った。生産者も検査を受けるために農協の検査場所へ持ち込み、また持って帰って業者に渡すより、農協と契約して出荷するほうが流通コストも掛からない。特に単価の低い飼料用米では流通コストをいかに抑えるかがポイントだと思う。このあたりは生産者の所得増大に寄与する取組みであったため全面的に取り組んでいただけたのだと思う。この飼料用米の取組みをきっかけに、今まで JA と取引の無かった担い手とも取引が始まり、担い手協議会への参加や主食用米の出荷にも繋がっている。

飼料用米の出荷者の 70%は担い手である。主食用米では、50 俵以上の担い手を含めても 5 割程度だが、非主食用米では担い手の比率が高い。これは、協議会の研究交流会等で、JA の方針や販売戦略を担い手と一緒に協議し、地域合意をはかってきた結果だ。

飼料用米の推進は、JA と協議会が起点となっていることがポイントだと考えている。「岐阜県ビジョン」の作物ごとの取組み方針では、非主食用米は、多収性の専用品種や収量性の高い主食用品種を推進することになっている。これに基づき、JA から協議会のメンバーに具体的な提案を行ない、意見をいただきながら、事業を推進している。

提案の具体的な内容の一つは、品種の選択である。国では、モミロマンやクサノホシなど 20 銘柄を指定しているが、管内では生産実績が少ないうえにコンタミのリスクが高いため、地域の合意形成が難しいと思われた。さらに、今後、飼料用米の政策にあてる資金が足りなくなり、いろいろな条件が厳しくなることが想定された。

そこで、非主食用の専用品種ではなく、多収性の主食用銘柄のなかから、「みつひかり」という F1 の品種を選択することとした。「みつひかり」は、多収性の米としては唯一、岐阜県の産地品種銘柄に登録されており、当時、岐阜県が全国で最も生産量が多かった。「みつひかり 2003」と「みつひかり 2005」という 2 つの系統があるが、より多収性の「2003」を推進することとした。

「みつひかり」のメリットとしては、1 反あたり 12~13 俵が当たり前にとれるため、数量払いを満

表：日本晴の血を引く超多収の「みつひかり 2003」

生産年		1997	1998	1999	2000	2001	2002
玄米収量	みつひかり 2003 平均	737	753	725	749	750	745
	みつひかり 2005 平均	715	676	695	720	720	720
一般品種全国平均		515	499	515	537	532	527

※50~80 軒の栽培農家からの聞き取り調査の結果

額 (10.5 万円/10a) 受け取ることを目指すことができる。また、収穫期が 11 月上旬であり、管内で作付の多いハツシモという品種の収穫期 (10 月中旬) よりさらに遅いため、作業分散が期待できる。また、すでに生産実績があるので、安心して取り組むことができる。デメリットとしては、種子代が高く、品質がよくない。また、多収性であるため、肥料代も多くかかる。

こういったメリット、デメリットを生産者にきちんと説明をし、そのうえで意向調査を実施した結果、専用品種の作付が 12%、「みつひかり」が 30%、飼料用米は全体の 42%となった。飼料用米約 5 万俵のうち、約 1.5 万俵が「みつひかり」である。今、全国平均で飼料用米の割合は 43%、当 JA も全国平均と変わらないが、内訳をみると、主食用の多収品種である「みつひかり」が多くを占めている。

また、地域内でこれだけの数量をまとめることができたので、ビジョンに支援を明記し、産地交付金で 8000 円の上乗せ助成をいただいた。種代が高く、12,000 円ほどかかるが、8000 円の上乗せがあり、収量が多ければ、反あたり 10.5 万円は狙える。

非主食用米の集荷実績は、平成 27 年の時点で 5 万俵に到達。今年もほぼ同様だ。生産数量目標に沿ったかたちで、ほぼ目一杯、しっかり実績を積んでいただいている。

飼料用米の生産にかかる国の財政負担は、28 年は 3000 億円を越えており、機械的に計算すると、37 年度には 4000 億を超える。「このままでは飼料用に助成は出せない」と、財務省から農水省に提示されるなど、飼料用米については先の見通しが立たないため、複数年契約や「蔵出米」など、主食用米の事業にしっかり取り組むことが重要だと考えている。

新企画「蔵出米」

平成 27 年 4 月、全中が「営農・経済革新プラン」を発表し、販売力の強化が掲げられた。当 JA では担当常務の直下に販売企画室という部署をつくり、そこでしっかりとした体制づくりに取り組むこととした。

米について、管内の状況を整理すると、品質では「慣行栽培」「ぎふクリーン」(3 割減減)「特別栽培」(5 割減減)に分けることができた。特別栽培米については当 JA の直売所ですべて売り切ってしまうため、慣行栽培米プラス 2000~2500 円のプレミアム加算をつけることができる。しかし「ぎふクリーン」については、売り先がないことが課題となっていた。もともとは補助金の関係で取り組んでいたが、補助金を使って導入したトラクターやコンバイン、田植え機といった農機の減価償却が終わり、「もう慣行栽培に戻してもいいじゃないか」という話も出ていた。

私たちは、なんとかこの「ぎふクリーン米」を有利に販売したいと考え、対策を練ることにした。これまでの流通や慣例などを抜本的に見直し、「ぎふクリーン米」の強みと弱み、「ぎふクリーン米」を取り巻く外部環境など、さまざまな条件をかけあわせる「クロス SWOT 分析」という手法を用いて対策を考えた(下図)。まず、JA ぎふ管内の 80 万人の人口に着目した。仮に、1 年間に 1 人が 1 俵食べると計算し、そこに玄米で購入されている比率(8%)をかけると、80 万人×1 俵/人×8%=6 万 4000 俵の玄

米需要がある。大きな数字だ。そこで、販売地域と数量を限定し、30kg 玄米のスタイルで、「蔵出米」と銘打って販売していくこととした。

30kg 玄米というのは市場流通の少ない大型規格だが、各支店にコイン精米機が配備されていることもあり、「農家もそのように食べているので、ぜひ食べてください」と推進した。さらに、農家の保有米と同じように、農協で 8 月まで米を預かり、随時、配っていく仕組みとした。価格は、農家から直接買った場合とほぼ同額の 7980 円。これは、代引きや配送手数料もすべて込みである。米卸や小売りの中間マージンを省くことで、コストカットをしている。

「蔵出米」のキャンペーンを行ない、こういった情報をしっかりと消費者に伝えていった結果、27 年には、1 万 3000 袋の目標数値に対し、1 万 3500 袋の予約申込があった。売上は 1 億円を超えた。1500 人の新規利用者があり、そのうちの 75%が員外であった。複数事業利用や農業振興の応援をいただくという面では、員外の方々をいかに取り込んでいくかが今後の JA の課題の一つだろう。そういう意味でも、非常に効果があったと思われる。

米 1 袋 30kg は、約 63 m²の田んぼから収穫される。これは、小学校の教室一つ分の面積とほぼ同じだ。「あなたが 1 袋の米を食べることで、小学校の教室一つ分の地元の農地が守られます」ということを PR しながら、農家と消費者をつないでいく視点も重要だ。

第 27 回 JA 全国大会では、「食と農を基軸として地域に根差した協同組合」の確立が決議された。そこで掲げられた 3 つの基本目標に照らして「蔵出米」を考えると、①「農業所得の増大」という面では、コストカットをして生産者手取りを増大する。②「農業生産」の拡大という面では、「ぎふクリーン米」を守っていく。そして、③「地域の活性化」という面では、地域の米を地域の人たちに食べてもらう。「蔵出米」の事業は、JA 自己改革の方針に合致した取組みであると考えている。

【課題】 ぎふクリーン米を有利販売するためには？ これまでの流通や慣例などを抜本的に見直す		外部環境	
内部環境	Strength (強み) ① 管内人口80万人 ② 担い手協議会 (直売) ③ 集荷シェア 高 ④ 減農薬・減化学 →慣行より安全安心	Opportunity (機会) ① 食の安全意識の高まり ② FAO登録 ③ JA自己改革の策定 ④ 一定の玄米需要	Threat (脅威) ① 食生活の多様化 ② TPP ③ 流通チャネルの多様化
	Weakness (弱み) ① 消費者認知 低 ② 全集荷量の15% 少 ③ 精米商品はない ④ 店頭販売が中心 ⑤ 販売エリアは管内のみ	・地産地消の積極推進 【想定需要】 管内人口80万人 ×玄米購入比率8% ×消費量1人1俵 =64,000俵	・クリーンに特化することで 安全安心の担保 ・JA倉庫直送で 流通経費削減

図：ぎふクリーン米から新企画「蔵出米」を生んだクロス SWOT 分析

複数年契約

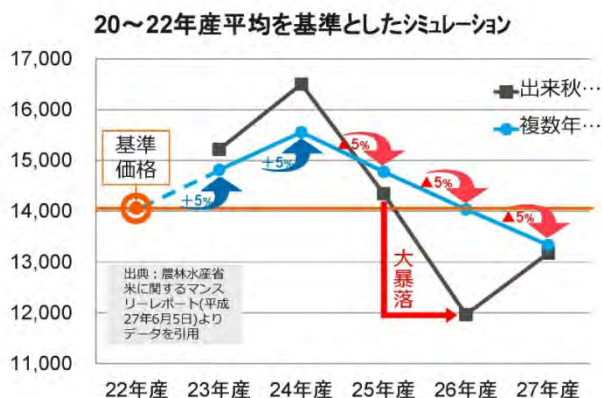
現在、米全体の需要は減少傾向にあるが、家庭用米が飽和状態にある一方で、業務用米は不足している。業務用米に求められるものは品種ではなく、品質と価格である。当 JA ではそこを考慮ながら、複数年契約に取り組み、販売の安定を目指すこととした。

家庭用米は収穫期の秋に新米に切り替わるが、業務用は翌年の 3 月頃までかけて、ゆっくりと切り替わっていく。それに対応するには、計画的に出荷できる体制が必要であり、JA の低温倉庫が有効に利用できる。

契約手法については、これまでの出来秋契約は、収穫後、市況価格や概算金をみながら、数量・価格を決めている。しかしこの方法では、概算金や相対価格が下がれば同じように下がるため、価格変動のリスクを避けることができない。少しでも安定した取引をするためには、数量・価格を決めて、あらかじめ複数年にわたって契約をするという手法が有効であると思われた。

そこで、過去の相対取引の価格を参考にシミュレーションを実施。平成 20~22 年までの 3 カ年の平均価格を基準とし、仮に変動幅を上下 5% と設定すると、平成 24 年、相対価格の場合は急激に価格が上昇したが、複数年の場合は 5% 上昇するのみであり、相対との価格差はマイナス 1000 円程度となる。一方、平成 26 年、相対価格は価格が大暴落したが、複数年契約の場合は下落もゆるやかで、逆に 2000 円のプラスとなる。実際の農家の経営にとって、価格が下がったときのほうが資金ショートのリスクがあり、影響が大きい。シミュレーションの結果からも、やはり複数年契約は必要だという結論となった。

〈下図〉



複数年契約する品種には、「あさひの夢」を選定した。選定理由は、平成 11 年に県の推奨品種に指定されており、地域では作付の実績があること。加えて、岐阜県の主力品種であるハツシモと収穫時期が重ならないこと。さらに、倒伏に強く耐病性があり、つくりやすいといった点に注目した。

契約は、生産者と JA、JA と米卸の間でそれぞれ契約書を交わしている。生産者は生産、JA は検査と保管、米卸は精米して実需に米を届けるというふうな、役割を分担している。中間をなるべく簡素化し、実務者である三者での契約となっている。

今回の複数年契約にあたって、実需とは産地の視察や研究交流会での意見交換を実施することとしている。生産者と実需者がお互いの顔が見える関係を築きながら、それぞれの意見や要望を反映させ、実需に合わせた品質の米をつくるのが重要だ。

価格設定については、「過去 3 カ年平均」や「5 中 3 平均」などを参考に提案している。

今回、平成 29 年度から 31 年度までの 3 カ年契約を行なった。30 年産米については非常に先行き不透明な部分があるため、そこを間に挟むことで取引の安定を図ることとした。28 年度の価格を基準価格として、29 年、30 年、31 年と、それぞれ前年のプラスマイナス 5% の範囲内で、相対価格の動きをみながら決定する。なお、期限までに数量が満たない場合は、違約金として 1 俵あたり 3000 円を課すことも契約内容に含まれている。複数年契約においては、生産者にも契約概念を理解してもらい、ある程度の責任を持ってもらうことが必要だ。そういう意味で、違約金という内容も付加している。

同時に、複数年契約を推奨するために、インセンティブも付加することとした。初年度に限り、「あさひの夢」の栽培に取り組む生産者については、種子代の約半分にあたる 1000 円/10a を JA から助成することになっている。

今後は、「あさひの夢」以外の品種についても複数年契約をすすめていきたいと考えている。

新しい現実

国内の主食用米の市場規模は、JA ぎふが合併した平成 20 年と平成 27 年を比較すると、約 2 割ほど

減少している。一方、JA ぎふの米穀販売高は、平成 20 年に 12.1 億円だったものが、27 年には 17.3 億円、13%増加している。これは、私たちの取組みの成果だと思っている。

今、日本農業は歴史的転換点にある。皆さんもご存じのとおり、平成 30 年には米の政策について大きな見直しが行なわれる。この状況をいかにチャンスと捉えるか。私たちは、今後も売り場を確保しながら、しっかりと米の生産を推進していきたいと考えている。

司会コメント：

JA 自己改革かくあるべしというべき取組みだ。

担い手とひざ詰めで徹底的に話しあって協議会を立ち上げる。担い手を研究会・交流会・消費現場ま

で連れて行って「川下の状況はこうなっているぞ」と勉強させることを徹底的にやる。

「参加」「民主主義」「教育」という協同組合原則を忠実に組合員対策のなかでやってこられたのだと思う。最終的にはそれが複数年契約に結実している。

業者から見ても、こういう産地の米を複数年契約で買いたいと思うだろう。担い手がしっかりしていて、農協がマーケティング情報を伝え、勉強しながら品物をきっちり揃えてくれる、ブレない産地。特に業務用ではそれが大事だ。

複数年契約は「幾久しく、よろしくお願ひします」という関係性マーケティング。これからの経営や地域、マーケティングでは、そういう長期的な視点が鍵になってくると感じさせてもらった。