



第 7 回公開研究会

日 時：2003 年 7 月 4 日（金）～ 5 日（土）

会 場：東京「JA ビル 8 階 第 1 会議室」

参加者：88 名

テーマ 1：米政策改革大綱下の新たな米穀事業をどう確立するか—JA の事業改革による自力本願の水田営農の確立—PART2

テーマ 2：食品流通業界の再編と JA の対応

【プログラム】

PART1(第 1 日目) パネルディスカッション

テーマ：「米政策改革大綱下の新たな米穀事業をどう確立するか—JA の事業改革による自力本願の水田営農の確立—PART2」

- ・ 開会の挨拶：JA-IT 研究会代表委員 今村奈良臣
- ・ 問題開示：コーディネーター JA-IT 研究会副代表委員 吉田俊幸（高崎経済大学教授）
- ・ 報告 1：「地域農業における農業法人の役割」 農事組合法人サカタニ農産代表理事 奥村一則
- ・ 報告 2：「米政策改革路線を我々はこう活かす」（有）八丁島受託組合取締役 井上芳男
- ・ 報告 3：「『きくちのまんま』を売り込む販売戦略」 JA 菊池代表理事組合長 上野松年
- ・ 代表委員の総括と問題提起：JA-IT 研究会代表委員 今村奈良臣

PART2(第 2 日目)

テーマ：「食品流通業界の再編と JA の対応」

- ・ 報告 1：「市場流通の変貌と JA の対応—環境創造型農業をめざして—」 JA 山武郡市直販開発部審議役 下山久信
- ・ 報告 2：「激変する流通業界の動きを JA はいかに射程に入れるか」 JA-IT 研究会副代表委員 黒澤賢治（JA 高崎ハム 常務理事）
- ・ 閉会の挨拶

開会の挨拶

JA-IT 研究会代表委員 今村奈良臣

今日は「米」をめぐる問題、明日は「食品流通の変貌の中で何をすべきか」という 2 つの大きなテーマで研究会を始めたい。

第 23 回 JA 全国大会の中心課題は「米改革のなかで JA は何をすべきか、どうすべきか」、「経済事業改革をどうすべきか」という 2 つの大きい問題が出されている。これは車の両輪で、このことを JA-IT 研究会で議論していただければ、大きな成果が生まれてくるのではないかと。

この「JA-IT 研究会」は一言でいうと「農協活性化塾」だ。この塾を全国に広げる、今日おいでの方はその塾生のトップ

バッターで、全国のそれぞれの JA で活躍いただけないだろうかと思っている。農協は突き詰めていくと残るのは「人」だ。この人材をいかに増やすか、いかに活かすかが、農協のあり方を決めていく。いいも悪いも、今いる JA の中で新しい人材を磨きあげ、それを活かしていく役職員になっていただくということが最大の課題だと思う。この JA-IT 研究会は、その拠点になっていきたいというのが私の基本的な考えだ。

この JA-IT 研究会に全国約 1000 ある JA のうち、せめて 200JA が加盟して激論をかわしながら、明日への道を切り開く、そうならば JA 改革の原動力になると信じている。

問題開示

JA-IT 研究会副代表委員 吉田俊幸（高崎経済大学教授）

7 月 1 日から農水省が組織変更して、総合食料局ができ、米政策はだいぶ変わってきた。

これからの米の需要動向を考えるために、農水省の需給予測部会で昨年つくった年齢別の主要食料の需要動向の変化の

資料を用意した。平成3年を見ると、20歳代、30歳代に比べ、40歳代、50歳代の人々の米類の消費量が多い。10年後の平成13年を見ると、30歳代は40歳代、40歳代は50歳代というように年齢加算されているわけだが、米の消費量は、30歳代なら30歳代のときの消費量のままだ。ということは、米の消費量は今後ますます減っていくということだ。このまま一定の消費量があると考えていたら産地は大変な事になる。

もう一つ、購入米（10キログラム）の価格の推移だが、平成11年度では4000円以上の価格の米が半分以上を占めている。それが14年になると3500円未満が43%、4000円以上になると2/3まで減ってきている。また、現在「購入している米の値段が安いか高いか」という質問に対しては、適正と思っている。購入先別の価格帯を見ると、一番安く米を売っているのは農家の直売ということになるかもしれない。スーパーの動きとしても農家直販を無視できないということだ。それから、購入先別の価格帯を見ると、流通ルートによって価格にいろいろなニーズがあることが判る。

もう一つ、JAS法の改正等によって表示問題がこれから大きな問題になるだろうが、表示に耐えられるのは、量販店で全国的に売ることのできる産地。つまり新潟、秋田、北海道、あと宮城が入るかかどうかというところで、あとは数量的にはほとんど無理だ。いままで中小産地のコシヒカリは、新潟コシや秋田こまちの増量剤として売っていた部分があるが、今

度は自分で全部売らなければならぬ。全国の中小産地が量販店のニーズに添えて、これからどうやって売るかという問題がある。

全体として農協の米の取り扱いが低下し、生産者の農協離れも進んでいるが、JA越後さんとうの実践は、すでにJA-IT研究会でとりあげた。またJAいわて中央は、記帳トレーサビリティによる減農薬栽培で、100%産地指定で売っている。そして水田営農にたいする部会組織が大変弱まっているなか、日常的な営農指導を通して、米部会で生産者を組織化している。JAながめまは、衛星画像を使い「たんぱく含量」別の品質管理を行ない、水田営農指導と担い手育成で規模拡大農家を育成している。JA山形おきたまでは、トレーサビリティや低農薬栽培を通じた多様な販売ルートを形成し、サミットやダイエー、首都圏COOP、都民生協、セブンイレブン、組合間提携でJA町田市、それから地元業者でほぼ全量、産地指定ということになっている。またJA出資の法人を今年つくって新しい形でのサポート体制をやっている。

これらの実践を通して言えることは、JAの水田営農事業を、マーケティングによって人任せの悪平等の原則から自己責任の原則にどうやって変えるかということであると思う。



報告 1

地域農業における農業法人の役割

農事組合法人サカタニ農産代表理事 奥村一則

富山県砺波地方の福野町で、昭和42年に米を主体にした受託組織を立ち上げた。その後分社化し、造園土木業、花の販売会社なども含め、サカタニ農産グループということでやっている。今年、257ヘクタール全面受託し、約187ヘクタール水稲を作付け。年間の米の生産量は約1万5000～1万6000俵。7品種を作っており、3月の段階で収量予想をして、全量販売先を決めてから種まきをする。昭和62年からこのやり方に取り組んでいる。約6割位が「計画流通米」で、JAを通して自分たちの売り先へ販売し、約4割を直接流通業者に販売している。流通業者は、北海道から大分まで5つの卸と22の小売で、スーパーとは一切契約をしていない。スーパーは販売量がたくさん要するため、生産能力的に対応できない。

なぜ農協経由の計画流通米が6割、自主流通米が4割になったかという、取引先のニーズに応えた結果そうなのだが、我々も運転資金等々が必要で、農協を通すと概算払いが貰えるというようなことがあって、経営的にはいい案配かと思っている。

今、60歳前後の人が中心でやっているが、15年後20年後、誰も田んぼを耕す人がいないということになる。そうならないように、20代、30代の皆さんが、我々や60～70代の

経験豊かな人を注目するような農業の形態や農村づくりをやろうと、地域で取り組んでいる。

今年の2月に「福野町農業未来塾」を立ち上げ、議員、農協の理事・役員、農業委員会、各生産組織、各生産組合、女性、青年、法人などを入れ、産地づくり推進交付金のあり方とか転作の助成の仕方などを福野町でどうすればよいかを検討している。あくまでも任意の組織だが、内々には町長や議会、行政から、「そこで徹底的な議論をして、町の水田農業ビジョンづくりの骨格を作っただけであればありがたい」と言われている。年内にはきちっとしたビジョンをつくって町に参考意見として提出しようという運びだ。

では具体的な実践を紹介したい。

兼業農家にはすごい栽培技術を持っている人がいっぱいいる。そういう人たちも取り込んだ形で、野菜を中心にした直売所を町にもお願いしてつくった。その人たちの技術を、交流を通じて我々が今のうちに吸収しておこうというのが、直売所の一番の狙いだ。3年目になるが、年間7000万円近く売上げるようになった。



それから、露地栽培のリンゴと特殊な栽培方法の桃をつくっている。リンゴをつくった歴史が一切ない地域に導入するので、一人でやるよりも、「砺波平野の稲作農家が結集してリンゴづくりをしないか」と、福野町、砺波市、庄川町、井波町の稲作専門農家の仲間に声をかけ、ようやく昨年で8ヘクタールの面積を確保して、昨年当たりからぼちぼち出荷できるようになった。

もう一つ、先月「福野町農業げんきアップクラブ」を設立した。福野町の3法人と野菜グループ、加工グループに参加してもらっている。

こういうことをやる場合のリスク責任については、当面サカタニ農産が全部持つ。出資も9割は我々が出資して、あとの1割は皆さんに出資を願う。その代わりに、儲かったら出資配当で回収する。そういうことも理解して頂いて取り組みをしている。

なぜそういうことをするのか。われわれは将来1000ヘクタールの稲作経営をやりたいという夢がある。1000ヘクタールの農地をすべて自分が管理するのではなく、いろいろな集落営農の組織と提携や連携、あるいは合併して、1000ヘクタールの稲作経営をしていけるのではないかと。そういうことをするにしても、信頼関係をどう構築するかということがある。行政は予算がないから「自分たちでやるならいい」と放任的なところがあるが、農協はなかなかそこまでわかってくれない。一部の若い職員は大変協力的だが、役員さん、管理職になると、自分のことで精一杯のようだ。農協から組合員さんに、「こういうことは大事だ」と、意識改革して頂きたいのですが、なかなか言って頂けない。

福野町はいま全体で9万から10万俵くらいの販売できる

米の生産をやっている。「これをいろんな形で完売するシステムをつくろう」と言うと、「一部の人が農協離れを起こすのではないかと」言われる。福野町の9万~10万俵のなかにはいろんな米がある。私の米、仲間の米、それから地域の米もある。販売についても、直売、契約、市場もある。そういう組み合わせをどうやって、誰がその役割を担っていくかということを決めていくのが基本で、「農協離れ」を起こすというのではないと思う。そういうことをすることによって「カントリーエレベーターの60%の稼働率を、120%に上げられるのではないかと」という提案もしているのですが、よく理解されていない。現状は不信感がまだある。

われわれもこういう現状なので、若い人たちに説明するときは、「今の時代はドロボウ以外何でもしてよいというくらいの覚悟で生き続けようや」と言っております。

意識改革はたいへん大事なことだ。従来は8時から出勤して5時まで仕事をし、5時で終わられなかった仕事を5時以降にするのを残業としていた。今年からは目標を明確に立て、その目標を達成するための年間計画・月間計画・毎週の計画を立てる。前日に明日の計画が計画どおり達成できるかどうか疑問が生じた時に、「8時前に出勤し、仕事をやるのを残業と位置づけよう」と、残業は就業時間前にやるのが残業という形にした。そういう提案を、20代の勤続5年の社員がした。このように、今までの認識を変えなければ、この厳しい状況は打破されない。要は、先陣をきるプロ農家、それからアマチュア農家、そしてそれからそれをフォローするJAが三位一体になって、これからより前進しつづけるという意識でないと、地域農業は寂れていくような気がしてならない。

報告 2

米政策改革路線を我々はこう活かす

(有) 八丁島受託組合取締役 井上芳男

私は集落営農で(有)八丁島受託組合で取締役をやっているが、これはインリーダの役割であって、アウトリーダではない。ここにいる皆さんはアウトリーダで、インリーダではないと思う。インリーダは、最終的には自分たちの責任で解決しなければならない。経営において、「ナゲヤリ」や赤字は絶対許されない。アウトリーダだったら、「損したか、しょうがない」と。ところが我々インリーダは、ものすごくシビアだ。その違いを理解してほしい。集落営農や法人というときに、そこがうまく理解されていないと躓く。法人づくりまでは援助したり、補助事業を取ってやったりといろいろやっても、そこで終わってそれ以後の持続性がまったくない。それはインリーダが育っていないからだ。

うちのJA久留米でオペレーター研修をやっても、聞いているのは100人のうち1人くらいで、それも聞いているだけ。全然講習会にならない。ところが、自立したインリーダがいれば、オペレーター研修なんてなくてもいい。だから現状の根本的な改革というのは、インリーダをキッチリ育てるか育てないかということだ。インリーダがうまく育つと問

題は解決する。

大字八丁島の戸数はだいたい200軒だ。そのうち土地持ち農家を含め4分の3が農業に関係する。床屋や八百屋、サラリーマン、そういう人が残り4分の1で50軒くらい。農地はおよそ120ヘクタールある。水田は水の問題があるから、個別経営だとしても集落の合意形成がないと、自分勝手にはできない。農業問題でも、早稲とか晩生の両方が作付されていたとして、晩生は農業散布したいが、早稲は収穫間近だから、農業がかかっては困るので、早稲と晩生で水田を仕分けしなければならない。そのためにはやはり地域の合意形成がなければだめだ。だから地域の合意形成はマキシマムにして、経営はミニマムでよいという風にしたのが、うちのスタイルだ。地域の農家を100%農事組合法人の組合員にして、地域の合意形成を計り、経営はミニマムでいくことにしたのだ。



JA 菊池は熊本県の北東部に位置し、古くは大阪の堂島の米相場で菊池米として知られた良質米の産地だ。平成元年に菊池郡内の1市6町1村の8JAが合併して、平成14年度の事業の概況は組合員が1万894名、正組合員が8765名、準組合員が2129名、理事30名、監事7名、職員が628名、そのうち正職員が527名となっている。合併により40の本支所を17に、職員は合併当初800人いたのが650名体制になった。

取扱高は、販売高が271億円、このうち畜産が占める割合が65%、BSEの前は67%あった。購買は185億円、貯金が914億円、貸出金が314億円、長期共済保有高が6568億円で、1年の新契約は495億円となっている。

平成13年には、「合併問題から農業振興に軸足を移す」というふうに農協の方針を切り替えたが、ちょうどその年から「BSE」「食品偽装」「無登録農薬問題」が出て農業振興どころでなくなった。菊池は酪農地帯だから、菊池は潰れるのではないかと心配したが、BSEが奇跡的に1年の間に回復してくれて、なんとか生き伸びている。

平成12年7月に組織の事業改革が一段落してすぐに、JA菊池の統一ブランドのネーミングを募集した。最終的には職員の案の「きくちのまんま」が採用され、商標登録をした。

野菜の価格が3年間連続して2割ずつぐら下がった。理由は外国産の輸入の問題だけではない。量販店の力が強くなって、たとえば「スイカはこの値まで、メロンはこの値まで」と上値を押しさえるやり方に変わったことが要因としてある。そこで「これではいけない。これだけ市場の力が弱まっているなら、自分たちでやる方法はないか」と、JAひまわりに視察に行ったところ、女性部組織で産直をやって20億円くらい売り上げ、それで3つあった市場が潰れてしまったという。そこで何人かのスタッフを組み、女性部組織を取り込

んだ地産地消を始めた。次の構想も頭にあるが、まずは地産地消ということで、2号店もこの間建て、今年度中には3号店を立ち上げ、次の段階に移りながら、農家所得を増やしていきたい。



JA菊池の販売のうち畜産が65%占め、肥育が2万6300頭、酪農が1万5000頭いる。豚もいるが、豚は計算に入れないで計算すると、年間30万tの糞尿が出る。いまでも堆肥センターはあるが、堆肥がなかなか売れない。しかし生産履歴を明確にすることになると、どうしても堆肥が必要になる。だからこの30万tの糞尿を、管内の7000ヘクタールの水田と6000ヘクタールの畑に還元するシステムを創るために腐心しているところで、畜産部長に「堆肥舎は金を工面すれば簡単にできる。農家のイナワラを堆肥にして返していくシステムをどうやって創るか考えてくれ」といっている。

また法人化を考えざるを得ない状況で、今2ヵ所くらい手を上げているので、9月までにはなんとか立ち上げたいと、本気で農協がからんだ法人化を進めている。

JAがやらなければならない仕事はたくさんあるが、それを1つ1つ片づけていきたい。そのためには人が要るので、何か仕事を与えて人を育てていかなくてはならない。JAの基本はまず「人づくり」であり、「土づくり」「作物づくり」は3番目だ。どうやって菊池の大地を肥沃なものにしていくか、そのために情熱を持った職員をどうやって育てていくか。組合長の役目は、方向性を示しながらどうやって職員のやる気と知恵を引き出すかだと思う。組合員にとってなくてはならぬJA、組合員からみて誇れるJAが目標だ。とにかく今やらなくてはならないことを一生懸命やっていきたい。

■ 農業・農産物流通を取り巻く環境変化

平成11年7月に「食料・農業・農村基本法」が制定された際、「持続性の高い農業生産方式の導入に関する法律（持続農業法）」、「肥料取締法」の改正法、「家畜の排せつ物の管理の適正化及び利用の促進に関する法律（家畜排せつ物法）」のいわゆる「環境三法」が制定され、また「卸売市場法」の改正なども行われたが、今回も農業を取り巻く環境の変化の中で様々な変化が起こりつつある。

1番目は「食品安全委員会」が2003年7月にスタートしたことだ。昨年のBSE問題を踏まえて、ヨーロッパ、ドイツ・

フランスの安全管理を参考にして始められた。「食品安全委員会」の主要な任務はリスクの評価をすることだ。多分、第一に問われるのはクローン牛の問題、そして農水省のHPでも取り上げられているが硝酸塩の問題だ。硝酸塩はヨーロッパには基準があるが、日本には無い。あるいは日本のカドミウム米の基準は0.4ppmで、WTOコーデックス委員会基準の0.2ppmとくらべて緩やかとなっているが、今後どうす



るのか。このような議論があるのではないか。

食品安全委員会の発足にあわせ、農水省には消費・安全局が7月1日に立ち上がった。リスク管理をし、実際の政策のなかで実行する組織である。食糧庁が廃止され、総合食糧局のなかに食糧部という部ができ、各農政局の中に消費・安全部と食糧部が作られることになった。各県の下に農政事務所が設けられ、その下にも消費・安全部と食糧部が作られた。こうしたことから、今後食品の生産・流通のそれぞれの場で法律遵守を求められることになる。

2番目に生産面では、米政策改革大綱により来年度から本格的な改革が始まる。それに対し農協は改革がなかなかできない。千葉県はほとんどきちんとした改革が進んでいない。農地法の問題も、国では規制改革会議で問題になっている。もし農地法が改正され株式会社が農業に参入、あるいは農地を取得することになったら、産業廃棄物の捨て場になる可能性がある。特に千葉県では可能性が高い。耕作放棄地は、全国で27万ヘクタールにもなっている。千葉県の職員が「産廃コネクション」という本を出したが、これを読むと、日本全国で約4億t産業廃棄物が排出され、そのうち1千万tが不法投棄されている。

第3に、食品流通の効率化については、食品流通の研究会報告がだされた。いままでは基本的に大正14年に作られた卸売市場法のもとに食品流通をやってきたが、この卸売市場法は時代の変化に対応しきれない。具体的には、1) 卸に来た荷はどんなに悪いものでも受けなければならない。拒否してはいけない決まりになっていること。2) 即日市場、値段はその日に付けなければいけないこと。3) 一般の人に仲卸や卸が販売することはできないこと。4) 仲卸、卸の業務の規制、たとえば卸売り業者が別会社を作り販売事業をすることは禁止されていること。また手数料については、青果は8.5%。果物は7%に決められているが、これは法律ではなく昭和38年の閣議決定で決まった。農水省の委員会決定では、業務については原則自由、手数料は段階的自由化という方向である。これが実施されるスケジュールは未定だが、平成17年度には具体的に動き出すようだ。卸売業界は手数料自由化に反対だったが、卸売会社は株式会社である、株式会社が手数料を法律で保護されているのはいかなものか。これからは経営の悪い卸や仲卸は潰れるに違いない。やむをえないだろう。農協もいままでのような系統、卸による市場流通だけではニッチもサッチもいかなだろう。

卸売業界では実際、経営統合も始まっている。築地では東京シティ青果に統合された。一つの卸売会社で売上が400億円以上ないと経営は成り立たない。8.5%の手数料を取っているが、系統共販の場合は、これから1.7%出荷奨励金が支払われる。仲卸に関しては代払い制度があり、3日以内に代金を払わなければいけない制度である。仲卸が市場でものを買い、スーパーに納める、ところが代金は一ヶ月、三ヶ月といった手形で払われる。それから完納奨励金という形でこの中から1%支払われている(0.1%は事故積立金という形で組合が徴収している)。完納奨励金1%と出荷奨励金1.7%合わせた2.7%を市場手数料の8.5%から引くと、卸には5.8%しか残らない。この5.8%で、東京の卸売市場であれば、土地代、施設の使用料、光熱費、職員の給料、全て払う。全

国平均で言えば、平成13年度のデータでは、卸売会社の売上に対する経常利益は0.25%、つまり1億円売って25万円である。また卸売会社は10年間で1兆円販売額が減少している。1年間で1千億円減少したということだ。それぐらい日本の今の卸売市場の変化に対応できない。日本の食品流通の太宗は卸売市場である。現在も野菜は約70%、果物は約50%ぐらい、卸売市場経由率は68%である。しかし、このまま行くとこの70%がどんどん減っていく。たまたま平成14年は異常気象で野菜の値段が上がって、三月期決算がなんとかなった。そういう状況である。この改革をやらなければ卸売会社はダメになる。これが委員会の結論だ。

■農産物流通の激変について

法令遵守、リスクマネジメント、JAS法、すべて含めてリスクの問題。いままでこういう意識が少なかった。今やトレーサビリティは当たり前だ。昨年6月のコーデックス委員会の食品規格委員会では、衛生規範が決定になっている。これはどういうことかということ、生産者が自分の家で出荷物の選別調製をする際、帽子を被り手袋をしなければならぬ。出荷物の中に髪の毛やタバコなどが混入しているというのは、食品として失格である。卸売市場でも、卸売会社の衛生管理をちゃんとやるということだ。農場から食卓までのトレーサビリティであれば、卸売市場も含め、また食中毒の問題も含め対策をすべきだということだ。生産の中でも当然HCCPへの対応も求められる。

すでに米・英・仏・独と外資系スーパーが全面参入の状態だ。あるいは、米の資本、日本の商社の資本で合併会社をつくり給食事業に参入するようなことが起きている。日本のスーパー業界もそれに合わせ、合併、経営統合と業界再編が起きている。

イオンは首都圏の店舗網が少ないが、初めて品川に開店した、さらに昭島にも出店する。イナゲヤの株を16%取得し、茨城のカスマストアと業務提携もする。マルエツは東武ストアを吸収した。

業界の動向はというと、ダイエーをマルエツ社長がてこ入れをしている。関西のライフコーポレーションが関東に進出している。基本的に大手スーパーは卸売市場流通を減らそうとしている。ヨーカ堂の戦略は、店舗の周辺の生産者と取引をすることだ。生産者の顔が見える野菜ということだ。ヨーカ堂のHPに生産者がアクセスし、自分の作物を売り込むとバイヤーが直に行き、栽培方法などを見て、OKが出ると商品として出回る。いままでの流通のように、作り手が見えない、仲卸の段階で産地や作り手が混入されてしまう、といった青果物ではなく、作り手が見える商品を扱いたいということだ。こういう変化が非常に激しい。

大手商社はコンビニを系列化している。三菱商事はローソン、伊藤忠商事はファミリーマート、三井物産とイトーヨーカ堂・セブンイレブンは提携関係にある。このような環境のなかでは今までのような農協共販の無条件委託販売ではついていけない。

■食の外部化の進展と地産地消の広がり

日本の食の支出は80兆円だそうだが、外食はこの間の経

済情勢を反映し、一時は 28 兆円規模であったが、現在は 26 兆円ほどであろう。なかでもファミリーレストランや居酒屋は落ち込みが激しいと思われる。外食の中で健闘しているのは産業給食事業だ。たぶん 2 兆円以上の規模があるだろう。中食が伸びている。6 兆円ぐらいになっている。この 2 つを足すと 32 兆円であるから、食の支出の半分ほどが外部化されていることになる。

惣菜・弁当などでは「カキヤスダイニング」「オリジン弁当」などが躍進している。女性の就業、高齢化といった現代の社会情勢を見ても、間違いなく中食は拡大するだろう。果物も主体はカットフルーツである。うちの農協もスイカの生産が盛んだが、スイカを 1 個買う人は少ない。10 年間で消費量は半分に落ちた。今はスーパーでは、スイカのカットは皮までおとし、メロンやブドウ・桃などと盛り合わせている。こういう需要は間違いなく増えていくであろう。農産物もこういうマーケットを展開していくことが不可欠だ。卸売市場がダメになったのも、外食・中食に対応できなかったからだ。外食産業の側から見ると、卸売市場は契約取引ができない。毎日安定供給ができない。外食産業で使われる野菜は市場外流通が多いのはこの理由からだ。このため農業生産法人でやっている産地と契約して供給される。

食の安心・安全意識の高まりの結果、全国 1 万箇所以上に直売所が作られている。うちの農協でも現在の 2 箇所に加え 3 箇所目が 7 月 11 日に開店する。秋と来年にもう 1 箇所ずつ作ると 5 箇所になる。直売所で販売すると商品の差はハッキリするので、競争が激しくなる。農の匠の世界になるのかもしれない。直売所が全国的にこれだけ盛んになるというのは、誰が作ったか、どういう作り方をしたかを見える形にすることを求められているからだと思う。

■農業振興計画の策定

山武郡の人口は 22 万人、戸数では約 7 万戸。うちの組合員が 1 万 6 千戸、しかし実際に農業生産をしているのは 6 千戸。つまり人口の 10% が農家、90% の人は農家以外である。農業振興計画を策定するのにあたって、こういう農家以外の地域住民にも意見を聞いてみた。すると、川や畑、里山、水田がある、こういう環境を残して欲しいと言う。圧倒的意見だった。その環境と農業のかかわりという、農薬、化学肥料の問題等も含めて生産方法の見直しをしなければならない。山武郡第一の畑作地帯は、地下水を飲料水にしている所が多い。こういう所で飲料水の水質検査をすると、地下水が良い水の家は、前に水田があり、後ろに山があるような家だ。地域住民との関係性を考えると、いままでの農法から脱却しなければならない。川に魚やカニがい、ホタルが飛ぶような環境で育てていないと、国産農産物は安全ですとは言えない。

今回の農業法改正で飛散が禁止になったが、山武郡では水田の中に島畑のようにネギ畑がある。ヘリコプター防除をすれば当然飛散し、ネギにかかる。その責任は誰がとるのか、ネギを卸売市場に出荷して、農薬の残留検査をされ、ネギから水稻の農薬が検出されると廃棄処分になる。そこで空中散布が議論になった。空中散布はカメムシ退治であるから、カメムシを発生させなければいいわけだ。稲にしても、各農家で田植えの時期はまちまちで、生育状態もまちまちなのに、

いっせいにスケジュールで散布して効き目があるだろうか。そのあたりももう一度問い直す必要がある。農家でも有機栽培をされていて、空散はイヤだという人がいる。有機栽培で売れなくなるからだ。したがって、いままで以上に慎重な対応が求められるが、コンセプトは地域生活者とのような関係をつくり上げていくかだ。

■地域への貢献と事業基盤の確立

農協の事業で今、地域の中で評価されているのは、高齢者介護事業と直売所である。管内の学校給食のお米を全て供給している。今年から野菜も供給し始めた。地域の中で人が集まるのは PTA 活動である。農協がこのような地域活動に貢献することも求められている。来年度からは、水田に「学校給食田」という看板を掲げて、子ども達に地元から供給していることをわかってもらうことにしている。こうした中、青果物の手数料が 1% や 2% で、農協の事業が成り立つはずがない。職員の給与も払えない。100 億円売って手数料は 1 億円、100 億売るためには職員の数も相当必要だし、集荷場も必要になる。そうすると今までの事業方式はダメだということになる。うちの農協の手数料は 2%、卸売市場は 8.5%、合わせて 11.5%。すると、100 億売ったら 2 億円ということだ。しかし営農指導員、販売職員が 20 ~ 30 名いたら、これではとても人件費をまかえない。事業的に成り立たない。

今回の改革計画では、直販直売事業を 3 年間で 2 倍にする。卸売市場には商物分離取引という考え方がある。これは生産物が卸売市場に行かず、直接販売業者の食品センターや外食産業の食品センターに行く。代金の決済のみを卸売市場がやる。ペーパーマージンだから 3%、5% の手数料となる。あるいは買い付け、これも 3%、5% となる。これらは現行の法律で認められている。農協はこういうことも知らずにいる。農協は手数料を 5% ぐらいもらわないと経営がなりたないのだから、こういう事について研修しなければいけない。

ダンボールの問題についても、東京都では、ダンボールはゴミだから減らせという、焼却するのにお金がかかるからだ。通いダンボールにして 10 回使うとか。ダンボールを 10 回買うところを 1 回にしてその分、生産者に（利益を）上乗せするとか、工夫をしなければだめだ。

スーパーについては、首都圏のスーパーは 24 時間営業が多くなっている。大手はみな 24 時間を目指している。そうすると配送が変わる。24 時間だと、配送が 1 日に 3 回から 4 回ということだ。現行の卸売市場の仕組だと、10 時に仲卸が店をあけ、午後 1 回、せいぜい夕方に 2 回目の配送となる。現状の仕組で 3 回配送が可能であろうか。これは変えなければ取引ができないことになる。

■市場 5 割、直販 3 割、直売 2 割をめざして

今うちの農協では売れる商品作りのプロジェクトチームを立ち上げ、ネギのマーケット調査を実施している。初めて販売担当と営農担当の職員に、東京、神奈川、千葉のスーパーを視察に行かせた。スーパーも高級スーパー、GMS、ディスカウントと様々な業態がある。ネギの売り方もそれぞれ違う、結束、バラ売り、2 本パック、3 本パックなど。実際にそこへ行って自分の目で確かめて報告書を書いてもらった。こん

ど東京の消費者のグループインタビューもやる。ネギの役員にも聞いてもらい、ユーザーニーズを商品開発に活かそうと計画している。こういう仕組みが必要である。いままで全然やっていなかった。

農協の系統共販は、これまで系統共販三原則、すなわち無条件委託販売、共同計算、共同販売でやってきたが、これは量の世界である。今の多様化の時代に、この原則は適していない。今の野菜は硝酸塩が問題になっている。あるいは栄養素、ビタミンやカロチンが昔より少ない。日本の古来の種が少なくなっている、中国にもって行かれてもいる。それで種苗法が改正された。野菜も青果物も味・栄養が問われる時代だ。このあたりが商品の特性としてマーケットでの競争力になる。今までの作りやすい、見栄えがよい品種一辺倒の栽培

はダメだ。

農協としては、この3年間で、市場が5割、直販が3割、直売2割を目指す。卸売会社についてはいままで70社と取引があったが、これを整理して主力5社にした。整理の基準は、ひとつは売上高、2番目は経常利益、3番目が自己資本比率で、農水省の卸売市場室では10%が基準といっている。4番目は流動比率100%以上。この基準で卸売会社を判定すると経営がダメなところがハッキリする。また、卸売会社に質問状を出したり、ヒアリングをして、トレーサビリティや安心安全への対応を聞いた。これで経営の状況が判断できる。

以上、いまJA山武郡市が策定している環境創造型農業振興計画の原案の考え方について報告した。

報告 2

激変する流通業界の動きをJAはいかに射程に入れるか

JA-IT 研究会副代表委員 黒澤賢治 (JA 高崎ハム常務理事)

大店舗法が改正され、量販店は365日24時間営業が可能になった。またHACCPまで取れとは言わないが、あれ位の基準は求められてくる。消費者も、さらに女性が職業を持つようになると、「食」をもっとコーディネートしないと売れない。もう一つは、大型トラックの速度抑制装置（スピードリミッター）の装着が義務づけられ、輸送コストがかなり高くなる。この辺の認識を踏まえた上で、生産面のことも話させて頂きたい。

まず、生産構造の変化を踏まえ、産地はどのような方向をめざすか。

農業の国内的あるいは地域的コーディネートができていないため、隙間ができ、開発輸入がどんどん入ってくる。たとえばJA甘楽富岡のニラは、昔は養蚕の間に、秋から冬にかけてつくっていた。ところが今は周年つくらないと相手にしてもらえない。キュウリもトマトも、重量野菜はほとんど周年だ。

生産体制が高付加価値生産とローコスト生産の二つに分岐してきた。ただ、店の売るスタイルが変わったことと、生産体系の変化があって、レギュラー商品が不足している。たとえば高齢者が嫌う重量野菜のジャガイモ、ニンジン、タマネギといった年間を通して売れる商品だ。高齢化すると消えてしまう商品も出てくるから、この体制も整えなければならない。また計画生産・計画販売が出来ていない産地がまだ圧倒的に多い。

消費者の購買行動の変化はどうか。

20代の人たちは美しさの追求とヘルシー志向、子育てをする30代は安全性の追求、成人病になる人も出てくる40代は本格的な健康願望とともに旬の美味しさも求める。JA甘楽富岡のインショップは、この年代層を重点に置いている。50代は家族の健康願望と長寿というように、年齢別に野菜や食のピックが大きく変化してくる。もう一つ、ここ数年、野菜・米の宅配が圧倒的に伸びている。時間指定で、高層マンションだろうが田舎だろうが宅配してくれる。生協の店舗

販売より宅配が圧倒的に伸びてきたことは事実で、小さな産地はこれもねらい所かなという感じもする。

流通・小売業界の変化はどうか。

大手量販店はメーカーのNB商品のみから、50%ぐらいは個性的な独自商品、NB商品が35%ぐらい、15%ぐらいが輸入食品というように変化してきた。バブルが崩壊して、生鮮のスーパーが鮮度重視にかなり移ってきた。今までの量販店がSMの本業から衣料品や家電に手を出して失敗した例をよく見ているから、コーディネートの効いたそういう形態の店舗に大きく変わってきている。昨年の第何週はどれだけのフェイスを取って、いくつ売れたといったPOS情報が潤沢にあるから、バイヤーはこのデータからほとんど商流をコーディネートしている。だから、店舗寸法と量を掛け算すれば「センターには来週何をどれだけ調達する」という数字が全部出る。

バックヤードはほぼ消えた。そうとう専門店が入っている所以外はバックヤードはない。センターからダイレクトか、もしくは産地からセンターも通り越して入ってくる。お店の個配まですることによって、産地の役割が特化されている部分もでてきている。

「地域最適、個店最適」の原則で、地域とお店の両方に最適な環境をつくるとともに、大型スーパーでは、「いらっしゃい」の声もない自動販売機よりも劣るレベルが、時代とともに変化を始めている。産地型のプレゼンテーションをしっかりと受け止めた個性のある店舗が続出してきたということも、無人販売機にたいする逆の動きかなと思う。

また「特売・催事」による集客から「エブリデイロープライス」に変化してきている。

JAはかかる状況を把握し、いかなる戦略と実践行動を具体化するか。



JAは組合員の実態が分かっていない。組合員は生産計画をキッチンと立ててやっていない。こういう実態だから、産地としてのあるべき姿を検証し、せめてIT研究会に参加しているJAくらいは、時代に合わせて足元をしっかりと固めて頂きたい。

産地の弱点は、JA間連携があればすべて補完できるとは思っていない。まず足元からコストの掛からないプレゼンをして、地域発の商圈ゾーンを順次広げていく。これ以外にない。他産業では、たとえば新車を売り出すと、インターネット上に特性もふくめ情報を全部載せる。ところがJA系のホームページを見ると、「ウチは何か大産地です」と書いてあるだけで、商品特性や年間の価格と供給量の情報はほとんどない。安ければ「国が悪い、市場が悪い、農協が悪い」。こんな実態だ。「何月から何月まではいくらで、これだけの量を売れます」と言うためのプレゼン資料を大至急、それぞれのJAがつくる必要がある。

流通業界がどういう考え方でJAや産地と対処しているか、5つのポイントをここに書いてある。

「品切れのない売り場づくり」。お客さんが欲しい時に欠品しないような供給システムをつくる。「適正な価格」。昔は薄利多売だったが、今は厚利多売にオペレーションがかなり動いている。「商品の価値を知らせよう」。お店の売り場づくりをする人が主力になって商品紹介をしている。もう一つ「気持ちよくお支払いいただける商品を提供しよう」。「あ、これ欲しかったんだ」となる提案型の商品ラインナップをする。「聞こう、学ぼう、伝えよう」。バイヤーにへつらって成功し

た商売はないということだ。産地の浮沈に関わるどころだ。

新たな設備投資は金がかかるから、既存のものも使い、創意工夫で、アウトソーシングを逆手に取って、自分のところで量販店や生協のオペレーションをしてしまう。このスタイルが、産地としてしっかりしたベースをつくる原点だ。

それから生産・加工・流通・販売・代金回収までの一気通観のシステムづくりが急務だ。特に代金決済が煩雑なために各JAの販売が脱市場にならないのではないかと思う。代金決済機構をきっちりつくれば順調に行く。

さらにJA間で、競争の原理が発生しない分野で相乗りをする。これが発展していくとJA間連携がもっとスムーズに行くのではないか。商品群アイテム数が増えてくると、適性アイテム数でやらないとコスト負担が大きくなる。売りをかけて行く上で、できるだけ重点にしぼったかたちの商品づくりも大きなポイントになる。

量販店もしたたかで、今までは、某量販店は一番いい商品、別の某量販店は裾物中心というようなことがあったが、一番いい商品を守る店、二番目の商品を守る店、三番目の商品を守る店、ローコストの店というように、同じグループの中でほとんど分けている。この辺も見ていかないと、いい商品を売り込みに行っても、「ウチはその二つくらい下の商品がほしい」となる。

またローコストオペレーションのためのシステム共同利用、カントリーや集出荷施設の共用の工夫をしっかりとやらないと、これだけ変化している流通システムに対処出来ない。