

[報告 2]

# 農業経営者としての自立の歩みと 経営者育成にむけた JA の役割

遠藤威宣 (有限会社尾鈴ミート社長)

農業後継者という言葉がよく使われるが、何より大切なことは、農業後継者も経営者でなければならないということ。それは、集落営農でも同じであり、また、JA にも言えることだ。

私は、養豚の会社、JAS 認証を取った有機野菜の会社、それに兵庫県の但馬で農場を経営しているが、過疎化の進行は経営における一つのチャンスだと捉えている。山村地域では、数千万のお金をかけてつくった施設が、どんどん使われなくなっている。そういうものを有効活用する。

あるいは、宮崎県では今、あちこちで農地が放棄されつつある。そこで私たちは、JA と提携して遊休農地で飼料米を栽培してもらい、70t ほどを購入している。私たちが農家と協力することで、土地が活用され、農家は収入を得ることができる。うちの会社は、年間 1 億 5,000 万円ほどの飼料を購入するが、その 1 割でも 2 割でも、地域との連携で自給していくことは大きな意義があると考えている。

今回の不景気もまた、農業にとっては一つのチャンスだ。企業がダメになっていくなかで、農業に注目が集まってきている。ただ、そこで大切なのは、農業できちんと給料がとれること。どんなにいいモノをつくっても、給料がとれなければ嫁さんも来ない。JA の職員はきちんと給料をもらっているが、たとえば、今年、レタス農家などはひどい状況だった。値段はよかったが、気象の変動が激しかったために、収穫量が半分だったのだ。

JA は規格外を取り扱わないが、それでは、農家の手取りを増やすことはできない。たとえば 10a の畑で 5,000 玉のレタスをつくって、そのうちの半分しか出荷できなかったとしても、残りの規格外レタスにも同じだけのコストがかかっている。同じ管理

をして、同じ肥料で育てた同じ野菜なのだから、そのまま売ることができなければ、カット野菜にすればいい。

ある法人では、生産した露地野菜をすべてカット野菜にして、大阪の業者と契約し販売している。運送会社からトレーラー型の冷蔵車を持ってきて、できた製品をそこにどんどん入れ、3 時までに満タンにして、そのまま運ぶ。そうすれば、翌朝、6 時前には大阪に着く。そういう法人の工夫に、見習うべきところがあるのではないだろうか。

キレイごとでは農業はできない。いかに不景気といっても、人は食べものを食べている。そこに、どのように戦略を立て、販売していくか。モノをつくり、それをうまく流通、販売して、お金を確実にもらってくる。JA はそこをしっかりとやっていかなければならない。生産物を集めて、そのままそれを全農に渡すだけで、「値段はこうでした。手数量を取りますから、残りはこうです」というのでは、地域の農家は生き残れない。

宮崎県では、JA と一緒に仕事をしている法人は少ない。全国的にみても、大きい農業法人はほとんど JA から離れている状況だ。これが何を意味するかということ、よく考えていただきたい。

また、JA 職員の教育も大切だ。たとえば、技術指導員などは、経営分析ができなければいけない。野菜のつくり方や豚や牛の飼い方ということなら、農家のほうが技術があるくらいだ。農家が求めているのは、技術指導よりも経営指導。どういうキャッシュフローをしていくのか、農家 1 軒 1 軒に対応した具体的な経営のアドバイスを。時代を先読み



しながらの経営指導という部分が、今の JA にもっとも不足していると感じている。

もう一つ。昭和 50～60 年代、景気よかった時代には、地元の銀行は農業にまったく見向きもしなかった。ところが、今、地方銀行は、農業法人に対して、どんどん融資を申し出ている。5,000 万円までは無担保、無保障、金利も 3%程度。これは、農業にいかにも魅力があるかということに、金融機関が気付き始めたということだ。ところが、今、JA の金利は 6.5%である。JA も、変わらなければいけない。JA がきちんと役割を果たせば、日本の自給率をあげることができると思っています。

私たちはいつも、前向きに物事が進まなければ、地域に後継者は残らない。私たちが魅力をつくり出していかなければいけないと主張している。

うちの町は人口 1 万 6,000 人、隣の町は 1 万 4,000 人という小さな地域だが、商工会と連携して、毎週第 4 日曜日に軽トラック市を開催している。農家が生産した農産物を、軽トラに積んで町の中に並べるのだが、これが非常に好評を得ている。たとえば、規格外のミカンをコンテナに入れて、袋に詰め放題で 200 円で販売すれば、黒山の人だかりになって、あっという間に売り切れる。

うちは小さな町だが、直売所では 1 日約 80 万円を売り上げる。また、ホームセンターを営んでいる企業が、地域の農家と提携して、店舗の一角に直売所を開いているが、そこでは年間 3 億円を売り上げるそうだ。

直売所の最も良いところは、地域のじいさんばあさんが元気になるということだ。彼らは自分の畑でつくったものを、朝の 8 時には軽トラックに積んで直売所に運んでくる。多い人では、700 万円の売上げがある人もいるそうだ。そういう意味でも、地域の直売というのは、JA はこれから取り組むべきことのひとつだろう。

私は、JA の持つ潜在的な力は非常に大きいと思っている。それをどうやって使うか。今までのようなやり方では、生産物の価格は崩れる一方だ。そうではなく、いかにマーケティングをして、販売戦略を立てていくか。九州から北海道まで、南北に長い日本列島では、産地によってできる野菜も時期も違う。それをうまく連携させ、さらに消費者と上手に結びついて、高く買ってもらう。そして、流通を工夫し、農家の手取りを増やしていく。そういった経営的手腕が、これからの JA に最も求められていることだろうと考えている。