

[報告 1]

# 新時代に向けた地域農業振興のための JA 営農指導事業

## 営農事業を本物にする JA 営農指導員の役割

木村伸男 (DAB アグリ研究所/岩手大学 農学部特任教授)

現在、日本の農業は「平成維新」とでもいうような状況にあり、今後 10 年の間には大転換を余儀なくされるだろう。世界的に見れば、新興国の台頭による国際競争の激化、生産資材等の価格高騰、異常気象。国内では、政権交代による農業政策の変化、担い手農家の世代交代、行き詰まる農業法人経営。このままの流れで行けば、やがて日本農業の生産力は必ず落ちる。こういう厳しい状況下で、JA の営農事業はいったいどうあるべきか。



そもそも営農事業とは、一言で言えば「農業をビジネスとして営む活動」である。これまでどちらかと言えば生業・家業として営まれてきた農業を、「ビジネス農業」へと転換する。つまり、社会が必要としている事柄に対し、経営の目的と計画を立て、経済的活動として応えていく農業である。JA の営農指導事業にそういう視点があるかどうか。それが非常に重要な論点だ。

以前、岩手県水沢市に住む人々を対象に食についてのアンケート調査したところ、地元農家に対し 30 種類以上の野菜を求めていることがわかった。一方、地元農家に販売できるものを聞いたところ、ほとんどが米だけという回答だった。住民のニーズと農業の現場の意識が離れているのだ。

農業者をビジネス農業の経営者に育てる。あるいは、JA 自身が主体となって農業経営に取り組み、経営が定着したら農業者に移行する。いずれにしても、生業から企業へ、家業からビジネスへと転換していくこと。それが JA の営農指導が担うべき課題であり、営農指導員の役割である。

社会が変化するとき、変化が激しければ激しいほど、それに対応しきれずに問題が発生し、それを解決するための新しいビジネスが生まれる。そういう意味では、農業にこれだけ大きな変化が起こっている今はむしろビジネスチャンスであり、その一番の手がかりとなるのは苦情だ。苦情とはつまりニーズであり、それは必ずモノや技術に置き換えることができる。そういう発想を営農指導員が持つこと。そして、そのニーズを地域にある資源に結び付けること。自分の地域にある資源を徹底的に掘り起こし、新しい視点で評価し、事業に結び付ける。それが重要だ。そしてもう一つ大切なのは、営農指導員がビジョンやロマン、希望を持つことである。情熱がなければ、地域の価値は見えてこないからだ。

そして、こういった活動の先に地域ブランドが発生する。地域ブランドの概念で何より重要なのは、顧客である。消費者が繰り返し買って初めて、地域ブランドは成立するのだ。JA は、顧客は財産であるという認識を持ち、しっかりと顧客台帳を管理し、財務諸表の中できちんと評価しなければいけない。

最後に、新たな時代に向け、新たな視点で営農指導事業を問い直すことのできる営農指導員を育成することが必要不可欠であることは言うまでもない。

変化というのはすぐに表れてこない。コツコツと地道に活動を展開していくことが大切だ。