

[報告 6]

## 時代の変化に向けての果樹産地の対応

海谷栄治 (JA 中野市営農部長)

### JA 中野市の農業の概要

中野市は長野県の北部に位置し、平均気温は 11.7℃で、日中は非常に温度があがるが夜温は非常に低い。年間降水量が約 1000mm で、そのほとんどが冬場に雪で降ってしまうので、生育期間中の降水量は少ない。行政中野市については小さい市で、世帯数 1 万 5000 戸、人口が 4 万 6100 人だ。

JA 中野市は、正組合員戸数が 3250 戸。これは昭和 39 年に 9 農協が合併して以降、まったく合併なしで未だに単協というかたちで推移している。正組合員数は 5000 人。貯金残高は 800 億円、貸出金は 400 億円、貯貸率 50%で、意外とバランスがとれているのではないかと。ただ 1 戸当りの販売高は平均 660 万円だが、25 億円を売り上げる農家もいるし、10 万円の農家もいる。それだけ農家間でも格差が出てきている。

### キノコの増産で約 50 億円回復した農産物取扱高

農産物の取扱高は 219 億円。内訳は、果実類が 37 億、キノコ類が 172 億、野菜・花卉類、特にアスパラガスとかシャクヤクを中心に 8 億円、米と畜産関係 2 億円で、合計 219 億円。これは 22 年度、昨年度の実績だが、バブルの時期に 240 億まで販売高が伸びた。平成 17 年には 170 億までいったん落ちたが、キノコの増産に力を入れて、また 219 億まで戻ってきた。

キノコ関係は、エノキで 5 万トンという出荷量を持っており、全国のエノキタケの生産量 14 万 1000 トンのうち、シェアからすると 35~37%くらいで、エノキタケでは日本一の生産量を保有している。ブナシメジは 1 万トン。企業系があり、11 万トンといわれているから、10%そこそこだ。エリンギも 5000 トンまで拡大してきたが、全国では 5 万トンだから、やはり 10%くらいのシェアだ。

野菜・花卉は、かつてはアスパラガスが 30 億という産地だったが、今年の実績は 2 億円まで落ち込んでしまった。

果実の主体はブドウでいたい 24~25 億円。リンゴ 5 億、モモ 5 億、サクランボ 2 億、プラム 1 億、ナシ 2 億というかたちで、いろいろな品目に取り組んでいる。



JA 中野市では、部会が各品目にすべてあり、部会をあげて多くの生産者が有望品目、品種に一気に取り組んできた。たとえば日本一の生産量の巨峰に陰りがみえてきたということで、シャインマスカットを日本一にしようと一斉に苗木を植え付けるということだ。もしダメなら一斉に伐ってしまうということで、植えるのも早いし伐採するのも早いという産地だ。

### エノキと園芸品目の複合経営

中心的農家の平均耕作面積は 1.5ha ほどで、畑だけでは食べていけないので、キノコとの複合経営を推進している。キノコは、すべて施設のビン栽培なので周年供給できるが、どうしても夏場は需要が大きく減退するので、夏場はモモ、ブドウ、サクランボ、アスパラガス、シャクヤクといった園芸品目を導入して、冬のエノキと園芸品目の複合経営が重要となっている。

共販共選システムが確立し、規格の統一と荷口の大型化ができた。この産地にすれば一定のものは間に合う産地づくりということで、今になってみると反省はあるが、規格の同じものをたくさんつくるという戦略に取り組んできた。

あともう 1 点、キノコと園芸品目がバランスよく栽培されており、年間をとおして全国へ向けて配送

する輸送システムが確立され、北海道から沖縄まで、ありとあらゆるところに発送できるシステムが完成している。

## 中野市果樹農業の変遷

中野市果樹農業は大きく変遷している。昭和 40 年代には中野市のイメージキャラクターは「アップルちゃん」で、リンゴが JA 中野市のイメージだった。しかし、水田転作政策もあり、全国的にリンゴが増えたため、一気にリンゴの単価がさがってしまった。そこで 50 年代にはリンゴから巨峰に一気に変わり、60 年代には巨峰の全盛時代を迎えた。さらに平成 10 年代ころから大きく転換して、果樹 8 大品目振興の実践ということに取り組んで現在に至っている。

現在はそれからまた転換して、多品目に加えて多品種、多作型。これは、加温ハウス、雨よけハウス、露地と、リレー的に生産・販売ができる体系にもっていった。多栽培型というのは、たとえば巨峰では、かつてはすべて有核といって種あり巨峰だったが、現状では 6 割を種なし巨峰へと、栽培形態も変えた。最終的には、多栽培グループ化の加速ということで、どんなものをつくってどう売っていくか、言いかえると、「こんなものを産地のほうでつくってもらいたい」と実需先に提案してもらうかたちが変わってきた。

## 一定規格の大量販売から物語商品へ

実需者なり消費者、生産者のニーズもだいぶ変わってきており、これに対応して産地戦略を展開してきた。一定規格の大量販売ということで、スーパーマーケットを中心とした量販店向けにどんどんつくってきたが、最近では「訳あり」とも「差別化」「こだわり」ともいうが、「私たちはこんなふうに、こんな気持ちを込めてつくった」という「物語商品」のニーズが生産者にも消費者にもあるから、それに向けた生産をする必要があるということで、大きく変えてきた。

次にリンゴ・モモ類・ブドウに加え、平成 10 年からはサクランボ、プラム、スモモ、ナシ、市田柿をはじめ 8 品目まで品目を増やした。

加えて、主要品種の絞り込みということで、生産拡大品種を生産部会とともに決定してやっていく。ブドウでは「シャインマスカット」をやっていこう、モモでは「なつっこ」をやっていこうということで、品種を決定した。

## 販売先別・実需者別生産による栽培グループ化

もうひとつは、栽培グループ化をはかったということで、栽培目的別から販売目的別。最終的には販売先なり実需者別の生産に取り組んでいる状況だ。

資料に販売先別リストを載せているが、たとえばリンゴの「サンふじ」の場合、冠雪ふじ栽培研究会というのがあり、まずエコファーマーをとろう、化学肥料は絶対に使わない、収穫日を決める、蜜入りや糖度といった果実品質を指定する、園地を指定する、着色促進のためのシルバーマルチを敷かないという取り決めをした。現状では 25 名の農家が 4.3ha ほど取り組んでいる。これはほとんど九州地方のコープへ出荷されている。

また、「有袋ふじ」では「肌美人」という商標を JA 中野市でとり、青年部 9 名で肌美人ふじ栽培研究会を立ち上げ、1.5ha で取り組んでいる。指定の果実袋、収穫解禁日、着色・傷・蜜入り程度の品質を決め、園地を指定する。有袋栽培にして着色はもちろん、味をしっかりのせて、贈答向けで栽培しようとしている。

## 自己責任選果の「我が家自慢」などでハイグレード商品を

モモ・ネクタリンは現状では 5 億円ほどの売り上げがある。いままでは共選共販共計だったが、「こんなモモをつくっていききたい、だからどこかにしっかり売ってよ」という生産者のニーズが高まっている。また「我が家自慢」という名称で、我が家でしっかりと選果をして箱詰めしたものを、自己責任選果ということで出荷する。私もうちでやっているが、海谷栄治という名前販売する。それと、ハイグレードの果実を指定し、これ以下のものは共選にまわす、あるいは家庭用のものにしてもらう。それから熟期指定。朝採りにして、その日のうちに各自、選果・荷造りを行ない、10 時まで共選所、集荷場に搬入すると、翌日の販売で食味・鮮度も保てる。

長野県の場合、どうしても収穫後、翌々日販売になるから、東京なり名古屋を中心に翌日販売に向けている。それとエコファーマー認定を全員とっている。

### 商標登録で有利販売につなげる

和梨では「陽だまり」という商標を、ブドウの巨峰では「チャンピオーネ」という商標をとって、ハイグレードのものを出荷してもらっている。農家の要望もあり、実需先のほうからも「こんな果実がほしい」ということがあったので、それに向けてここまで対応してきた。果実だけでなく、アスパラガスや丸ナスでも、出荷先別のグループ化が加速している状況だ。

商標については、北海道のJA夕張のほうに行ったところ、商標なり意匠登録が当時30数個あった。そこでJA中野市としても、「陽だまり」「肌美人」「チャンピオーネ」「冠雪ふじ1」「eco育ち」「完熟シャイン」、キノコでは「エノキ氷」という商標をとった。「キノコ氷」という商標がこの間、認可されたところだ。農協も名称をしっかり押さえておくことの大切さを、最近つくづく実感している。商標をいかに使って少しでも有利な販売ができるか、という取組を開始している。

### 新たな課題

共選共販から、こういったこだわりなり「物語商品」をたくさんつくってきたのはいいが、最終的に

量がまとまらなくなってしまった。「この日に巨峰の種なしで500ケースください」といったときに、みんなPBなり実需先が決まっているから、新たな販売先がなくなってしまった。中野市は果樹がたくさんあるが、統一された規格の量がないということで、いい面と悪い面が今、極端に出てしまっているという反省がある。やはり一定の品種はかならずしっかりと一定量つくっておく。そのほかに量的には少ないものであるが、こだわりを持ったものをつきつっていき、両方が大事だと今になって痛感している。

栽培技術に関して出ている課題は、温暖化の影響で、長野県もリンゴ栽培などは厳しくなっていることだ。これに対する品種をどのように導入していったらいいか。品目をどのように変えていったらいいかという取組も開始したところだ。

また放射能については、農協でも300万なり500万する機械を買うことを検討している。長い戦略なり対応になってくるので、結果的に200億円売り上げがあるなら、1台2台買う必要があるのではないかということで、本格的に理事会のほうで動き出す予定だ。

以上、JA中野市が、特に果樹類で取り組んでいる内容についてご報告させていただいた。