

[解題]

解 題

松岡公明 (JA-IT 研究会 企画委員・農林年金理事長)

自分たちのビジョンを根底に据えて

30 年産米から生産目標数量の配分方法が変わるということで、現場では生産調整がなくなるのではないかという心配があると思う。また、直接支払が廃止になって収入保険に移行するなど、米政策の大転換を前にいろいろな不安があるだろう。

が、そういう局面においてもやはり、きちんとしたビジョンのもとに地域が一体となることがまずは大切だ。「地域に根差した協同組合」が JA の自己改革のテーマだが、まさに足元をもう一度見つめ直す。足元を固める。政策の転換や制度の変更という鋳型に自分たちの体を合わせるのではなく、自分たちできちんとした鋳型をつくっておく。そしてそのうえで、使える制度は使っていく。今回の研究会は、そういう方向をテーマとして議論を深めていきたい。

1990 年代まで、米の主食用の需要は 1000 万トンあった。それが 28 年度には 732 万トン。この 25 年間で 250 万トン、約 1/4 が減ったことになる。さらに日本の人口も、2008 年の 1 億 2700 万人をピークに減少に転じている。少子高齢化といえば、年金や福祉、医療費、介護保険、子育てなど、どうしても社会保障の問題に目が行きがちだが、農業の世界にとってそれは、国民の胃袋が小さくなることを意味する。昭和 37 年のピーク時には、国民 1 人あたりの米の消費量は 118kg、つまり約 2 俵の米を食べていたが、最近では 56kg、1 俵にも満たない。さらに今後、少子高齢化の進行にともない、ますます胃袋は小さくなる。直近のトレンドでいけば、だいたい毎年 1%、8 万~9 万 t のペースで主食用米の需要は減っている。

こういう状況のなかでは、米だけに固執していると判断を誤ることになる。先祖伝来の、土地改良などを重ねて維持してきた地域の水田を、どのように

営農しながら守っていくか。広い視野で水田営農を捉え、検討していくことが大切だ。



30 年問題対策も「結」の心をベースに

もうひとつは、農協は夜逃げができない。ということは、徹底した地域密着型の行動をとっていかざるをえない。水田農業は、たとえば江浚い作業など、地域の人々の「結」の精神で守られてきた部分が多い。そういう意味では、水田農業は社会関係資本で成り立っているということもできる。社会関係資本とはコミュニティ論だ。地域住民の参加。いわゆる「結」の心だ。国の政策が変わろうが何があるだろうが、そういった地域の社会関係資本、つながり力、地域の人々の民主主義、こういったものにきちんと向き合っていくこと。30 年対策も同じだと私は確信している。

* * * *

先日の農業新聞に、複数年契約が 16 年産では約 54 万 t にまで増えたと書かれていた。最も多いのは岩手の 62%、次が滋賀で 61.5%、宮城が 55%、残りは 30% 台だが、実はまだ複数年契約に取り組んでいないところも、18 都道府県にのぼる。

現在の主食用米の流通量の半分近くは、実は業務用米だ。コンビニのおにぎり、お弁当、外食産業、あるいは給食などの需要である。米袋で買ってきて自宅の炊飯器で炊くよりも、そういった業務用需要が伸びている。そして、業務用米では、目的に適した品種とブレのない品質が求められる。そういった

川下のマーケティング情報をつかみながら、カントリーのサイロごとにトレーサビリティを含めたロット管理をする。そして、それを複数年契約で、需要の座布団と結びつけていく。全体として小さくなっていく需要のパイを、しっかりとしたマーケティングで掴んでいかなければならない。

私はこれからのマーケティングを、ツール、ルール、ロールの「ルル 3 条」で考えている。ツールとは販売先、販売チャネル。そしてそれに基づく生産基準、たとえば生協であれば減減といったルール。それから、生産者、生産部会、農協、あるいは県本部、経済連、全農、それぞれの役割分担、ロールである。マーケティングをきちんと行ない、地域の社会関係資本と合わせながらひとつひとつ丁寧に対応していくことが、30 年対策の基本ではないかと私は思っている。

JA「自己改革」は協同システムの構築から

労働者協同組合の機関誌である『協同の発見』という雑誌の新年号に、私は「協同組合のアイデンティティとケイパビリティ」という原稿を書いた。アイデンティティとは農協が農協であるための同一性。ケイパビリティというのは、わかりやすくいうと潜在能力という意味だ。

昨年 11 月 30 日に、協同組合はユネスコから無形文化遺産に登録された。「無形文化遺産」とは、「世代から世代へと伝承され、社会及び集団が自己の環境、自然との相互作用及び歴史に対して絶えず再現し、かつ、当該社会及び集団に同一性および継続性の認識を与えることにより、文化の多様性及び人類の創造性に対する尊重を助長するもの」ということで、協同組合の思想と実践はまさに人類の財産であり、その普遍的意義について国際社会が認めたということだ。

残念ながらマスコミは、和食の登録のときはこぞって取り上げたが、今回の協同組合の登録を取り上げたのは農業新聞だけだった。昨年 11 月の規制改革推進会議では、農協の信用事業を代理店化するなどというとんでもない提案が出たが、日本は世界の協同組合の評価と真逆のことをやっている。

協同組合は地域社会のひとつの「器」とであると私は考えている。協同組合のアイデンティティとは、

1995 年のマンチェスター大会で決められた、参加と民主主義、相互扶助、自治、教育、地域社会への貢献といった 7 つの原則であり、それを忠実に実践していくことが、今回の自己改革の基本だと私は思う。アイデンティティに忠実であることが、協同組合としての農協の潜在能力を引き出すことにつながる。そして潜在能力のレベルが高まれば、よりよい農協、より協同組合らしい農協としてすすんでいける。アイデンティティとケイパビリティというのは、まさに相互作用の関係にある。

今回の自己改革も、単に肥料・農薬を 5 円・10 円安くするというのではなく、地域全体を見て協同のシステムをデザインする。たとえば、10 トン満車で直行便の肥料という規格を設定する。10 トン満車ということは、だいたい 20kg 袋を 500 袋積載できる。反あたりの使用料が 2 袋であれば、約 25 町歩分だ。であれば、農協主導で 25 町部の面積のまとまりをつくる。そしてそこに、10 トン満車直行便が行く。そういう協同のシステムをつくることによって、地域全体のコストを下げっていく。こういった手法に農協の自己改革の本質があると私は思っている。

協同組合が持っているアイデンティティとケイパビリティを相互作用させながら、自己改革をすすめていく。今回の 30 年対策についても、そういう思考方法で取り組むべきだ。

* * * *

3 年前に、甘楽富岡の富岡製糸工場と絹産業群が世界遺産に登録された。富岡製糸工場の母体は上州南三社、すなわち養蚕農家の協同組合である。世界遺産の背景には協同組合があったということだ。もうひとつ、同じく有形の世界遺産である岐阜県の白川郷の合掌造りも、村人たちが先祖代々、結の作業で維持してきたものだ。今回は協同組合が無形文化遺産となったが、有形の世界遺産にしても、そこにはすべて結の心や協同の精神があったということ、我々はもう一度、見つめ直すべきだろう。

今回の農協の自己改革、あるいは 30 年対策についても、現場の社会関係資本、結の心や協同の精神をまずはベースに考えていこう。