



スゴイ農業、スゴイJA
JA自己改革の現場から

生産者の学びを促し納得感を高める「個選個販」 ——JA里浦（徳島県）のカンショ販売の取り組み

岩崎真之介（一般社団法人日本協同組合連携機構（JCA）副主任研究員）

JAグループは第27回JA全国大会決議において、「市場・実需者のニーズに基づき、販路別等の部会の細分化・再編、販売先や生産条件に対応した複数共計の導入等」を進め、「個々の農業者・部会員の努力がより直接的に販売収入に反映される部会の仕組みを構築し、農業者の意欲を喚起することで有利販売・所得増大」につなげる方針を掲げました。こうした取り組みの究極の形として注目される事例が、徳島県のJA里浦です。

いわさき・しんのすけ

1987年長崎県生まれ。広島大学大学院生物圏科学研究科博士課程後期単位取得、博士（農学）。2017年4月より一般社団法人JC総研（現・JCA）副主任研究員。著書に『事例から学ぶ 組合員と進めるJA自己改革』（共著、2018年）。

高い系統結集力を維持し続ける産地JA

徳島県の鳴門市、徳島市、板野郡は、カンショ「なると金時」の産地として知られる。JA里浦は、このうち鳴門市里浦町をエリアとしている。里浦町は鳴門海峡に面する海拔0m地帯に位置し、一面にカンショ畑が広が

る地域である。当地域の軟らかで水はけが良くミネラル豊富な砂地畑は、水稻や多くの野菜の栽培には適さないが、カンショ栽培にはうってつけの環境である。同JAは管内で生産される「なると金時」を独自ブランド「里むすめ」（登録商標）として販売し、市場や実



①一面のカンショ畑 ②集荷場に荷物を降ろす生産者。出荷先ごとに置き場が分けられている
③海岸付近の海拔0m地帯に広がるカンショ畑

需者から高い評価を受けている。

同JAでは、正組合員280人のうちカンショ生産者が270戸を占める。このうち約100戸はダイコンとの複合経営で、当地域はダイコンの産地でもある。2017年度の管内のカンショ作付面積は約330haであり、カンショの生産者数と作付面積はともに、JAが設立された1972年からほぼ一定で推移している。カンショの販売高は23億8,000万円で、カンショ販売の系統利用率はほぼ100%と極めて高い水準にある。カンショの品質は、産地全体で見れば他産地より高いレベルにあるが、産地内部に目を向けると生産者間の格差は小さくない。

同JAでは、営農指導員4人と販売担当職

員4人が中心となって産地運営に当たっている。ほとんどの生産者は毎日のようにJAを訪れており、営農指導員はその際に精力的に営農相談対応を行うほか、必要に応じて生産者のもとへ出向いて現場での指導に取り組んでいる。

栽培技術の試験研究にも力を入れる。営農指導員は、営農購買委員会の役員を務める生産者と協力し、同生産者の圃場^{ほじょう}で実証試験を行っている。試験研究の内容は同委員会で検討され、実際に生産現場で生じている問題にかかる事項や、資材メーカーから提案があった事項の中から選ばれている。加えて、青壮年者部会では技術面の意見交換が活発に行われている。

表 JA里浦におけるカンショの個選個販・個選共販の比較

	個選個販	個選共販
数量の比率	7割	3割
両形態の出荷者の顔ぶれ	流動的（270人の中で日々異なる）	
商品	全等階級	高品質品
荷姿	同一	
出荷先市場	関西・中国・四国（18社）	関東（4社）
集出荷日	土曜日以外	月、水、金
輸送	同一	
出荷先との取引方法	セリが大部分、相対は一部	相対が主
代金精算	日別・生産者別・市場別・等階級別	日別・等階級別
価格水準	高値から安値まで大きく変動	中位安定
販売手数料	同一	

資料：JA里浦への聞き取り調査結果より筆者作成。

また、若手生産者の意思反映が大切にされていることも特徴的である。同JAは理事会の下に3つの専門委員会が設置されているが、各専門委員会の開催前には必ず青壮年者部会が開かれ、専門委員会で議題となる事項について事前の話し合いが行われる。これは、専門委員会では青壮年者部会代表者の発言力が小さくなりがちであることから、事前に話し合いを行い、代表者が同部会の統一見解を持って専門委員会に臨めるようにすることで発言力を高めることを狙いとしている。

特徴的な「個選個販」の仕組み

同JAのカンショ販売は、「個選個販」と「個選共販」という2つの形態を組み合わせで行われている。出荷数量ベースの比率は、個選個販が7割、個選共販が3割である。両者の中でもとりわけ特徴的であるのが、主たる販売形態の「個選個販」である。

上の表は、個選個販・個選共販それぞれの特徴を整理したものである。まず、個選個販について見てみよう。同JAでカンショの個

選個販が始まった時期は定かでないが、少なくとも1987年頃にはこの形態での販売が行われていたようである。

個選個販の基本的な仕組みは次のようなものである。生産者は、選別・箱詰めを終えたカンショをJAの集荷場へと持ち込む。集荷場には、JAと取引関係にある20近くの市場ごとにスペースが設けられており、生産者は各市場の置き場に荷物を降ろすことで、出荷先を自ら選択することができる。1日に出荷できる市場数や、各市場への最低出荷数量といった制約はない。極端に言えば、1つの市場へ5kg箱1ケースのみを出荷することも可能である。

JAは土曜日を除いて毎日集出荷を行う。集荷場での検品は行わない。集荷は朝10時までで締め切り、翌日の取引に間に合うように各市場へと出荷する。輸送は地元の運送会社2社を利用しており、同一方面の市場へは混載で輸送される。

個選個販の出荷先は、関西・中国・四国地方の卸売市場18社である。関西の市場では現

在もセリ取引が一定の割合を占めており、個選個販の出荷品についても多くがセリによって取引されている。市場での価格形成は生産者別・等階級別で行われ、代金回収はJAが行う。精算は出荷日別・生産者別・市場別・等階級別で、共同計算やプール計算は行っていない。

生産者の「学び」と「納得感」

次に、このような個選個販の仕組みのもとで、生産者がどういった出荷行動をとっているのかを見てみよう。

日々のお荷先数は、生産者ごとにまちまちであり、1社のおみにお荷する生産者もあれば、お荷先が10社以上にお上る生産者もいる。生産者はお荷計画などをJAにお提出することはないが、日々脈絡のないお荷先選択を行っているかといえばそうではなく、各生産者のお荷行動にはある程度のお傾向が見られるようである。例えば、生産者の多くは市場ごとに求められるお荷規格が異なることを考慮し、等階級や選別の仕方によってお荷先を使い分けている。また、高価格でお取引されている生産者は、選別作業を徹底するとともに、特定の市場（1社とは限らない）にお対し最初はお買ったたかれても定量・定質のお荷を継続して、仲卸業者から「あてになる生産者」として認知されたケースが多いようである（段ボール箱には生産者

名は書かれていないが、生産者番号が記されており、市場側はこの番号で生産者を識別できる）。加えて生産者の中には、これまであまりお荷していなかった市場にお探りを入れるため、ごく少量をお荷してその価格を見るような行動をとる生産者もいるという。

生産者間の品質格差に加え、こうしたお荷行動の違いにより、同一市場・同一規格であっても生産者間の価格差は大きく、1ケースあたり1,000円以上の差がつくことも珍しくない（2016年度のカンショの平均価格は5kg箱1ケースで1,500円程度）。また、集お荷場には前日の市場別・生産者別・等階級別のお荷数量と価格の一覧表が置かれており、生産者は、自らの価格情報はもちろんのこと、他の生産者の情報についても閲覧できるというから驚きである（後述の個選共販の情報も記載されている）。生産者はこうした情報を参考にしつつ、その日のお荷先市場を選択している。

生産者の間では、大きな価格差がつくことも含めて、販売結果は自己責任であるということが共通認識となっており、個選個販という販売形態にお生産者が不満を漏らすようなことは見られない。むしろ、生産者は個選個販を高く評価しており、生産者同士は互いの価格情報を意識して切磋琢磨する関係にあるという。

ここで、同JAの個選個販の特徴と意義を



④カンショ「里むすめ」の箱詰め作業 ⑤収穫後のカンショ



⑥カンショの収穫作業 ⑦ダイコンも「里むすめ」ブランドで販売される

整理してみよう。個選個販の主な特徴としては、生産者が日々の出荷先を選択する、価格形成や代金精算を生産者ごとに行う、販売結果の情報を生産者間でオープンにしているといったことが挙げられる。また個選個販の意義については、次の3点に整理できるだろう。第1に、生産者間の「競争意識」を喚起するものであること。第2に、生産者が出荷先との価格情報を通じたやりとりから各市場のニーズを探り、試行錯誤によって有利な出荷行動を追求するなど、生産者の販売面での「学び」が促進されること。第3に、生産者の間に少なからず品質格差が存在する中で、生産や販売における自身の努力がストレートに価格に反映されるため、生産者の「納得感」が高まることである。

「個選共販」の導入で価格安定化

こうした意義を有する個選個販であるが、他方で一定のデメリットも抱えている。ここでは、そのデメリットを緩和するために同JAが取り組む「個選共販」について見てみよう。

同JAがカンショの個選共販を開始したのは1990年頃であり、それ以前は個選個販一本で販売を行っていた。当時、なんと金時の認知度が高まっていくにつれて、同JAのカンショに対する関東の市場からの引き合いが強まっていた。しかしながら、関東の市場では

相対取引が拡大しており、JAが分荷権を持たない個選個販ではこの相対取引への対応には限界があった。そこで同JAは、関東への販売を強化するためカンショの個選共販に取り組むこととなったのである。

現在、個選共販の出荷先は関東地方の卸売市場4社であり、JAがこの4社の中で分荷を行っている。出荷されるカンショは高品質品が中心である。個選共販では、前日に市場から希望数量が伝えられ、価格については当日の市場相場に連動させるという形での相対取引が主である。実需者は大手チェーンスーパーであり、小売りの売り場では相対的に高めの価格帯で販売されている。代金の精算は、出荷日ごとに、4社の平均価格によって、その日に個選共販に出荷した生産者の共同計算で行う。市場で形成される価格はその日の個選共販品全体についての評価となるため、集荷場において検品を実施し品質の統一を図っている。

個選共販ではJAが分荷を行うと述べたが、実は、その前段階としてどれだけの数量を個選共販に出荷するかは（全く出荷しないことも含めて）各生産者が決定する。というのも、生産者は個選共販に出荷する場合も事前の手挙げなどは特に必要なく、個選個販同様、集荷場の「個選共販」の置き場に荷物を降ろせばよいのである。従って、日々、個選共販に

どれだけの出荷があるかは、その日の朝に集荷を締め切るまで把握できないことになる。

個選共販は大ロットでの相対取引が主であるため、個選個販に比べて価格は安定しているが、その代わり高値もつきにくい。生産者は各市場の相場を主な判断材料として出荷先を選択しているのですが、関西の市場で相場が上がっているときなどは、個選共販への出荷数量が市場の希望数量に届かないことがある。これは契約上の欠品ではないが、何度も続けば産地の信頼を失うことになりかねない。そのためJAの販売担当職員は、役員を務める生産者を中心に個選共販への出荷を呼び掛けるなどして、日々の数量確保に努めている。

個選共販を導入したことで、同JAは巨大な市場規模を有する関東への販路を確立することが可能となった。また、セリ取引中心の個選個販と比べて、大ロットの相対取引である個選共販では価格が中位に安定する傾向にあり、生産者は個選共販への出荷によって価格安定化のメリットを享受するという選択が新たに可能となったのである。

今日的な系統結集力強化策のモデル

JA里浦の個選個販は、生産者が出荷先選択を通じて販売過程に強く関与できるとも

に、個々の生産者単位で価格形成・代金精算が行われるため、生産・販売面の努力が価格にストレートに反映される仕組みとなっている。個選個販は今日的な系統結集力強化策に求められる条件を備えており、JAの販売事業のあり方を探る上で実に示唆に富むものであるといえる。また、同JAでは併せて個選共販を取り入れることで、個選個販では実現しにくい価格の安定化にも取り組んでいる。

生産者からは「自らの努力が高価格に結びつくことは営農意欲につながる。個選個販と個選共販のどちらも必要な販売方法だ」との声が聞かれるなど、JAの2つの販売形態に対する生産者からの評価は総じて高い。加えて、管内のほとんどのカンショ生産者では後継者が確保されており、販売事業の系統利用率も非常に高い水準を維持している。

その一方で、同JA指導経済部の磯部公志部長は「今後、関西の市場でも相対取引の一層の拡大が見込まれ、個選共販の比率を高めていく必要があります。生産者の自由な出荷先選択と、個選共販の安定的な数量確保を両立させるための仕組みづくりが必要です」と課題を指摘する。相矛盾する2つの方向性の両立に挑む同JAの今後の展開に、引き続き注目していきたい。

農業・地域・JAを担うリーダーの雑誌



3月号 定価 606円(税込)

JAグループ 家の光協会
〒162-8448 東京都新宿区市谷船河原町11
TEL:03-3266-9002 FAX:03-3266-9047
<http://www.ienohikari.net>

特集 SDGsとオレの農業を考える

国連が定めるSDGs(持続可能な開発目標)は、持続可能な消費と生産、気候変動、エネルギー問題への対応など、農業と大いに関連するもの。そもそもSDGsとはなにか、達成するためにわたしたち農業者はどんなゴールをめざし、なにをどう取り組めばいいのか。じっくり考えます。

JAの運営を一から知るために 総代会資料の読み方

JAの理事・総代に就任して、青年農業者の考えをJA運営に反映させるためには、JAの事業・活動はもちろん、どう運営されているかを知らずして建設的な発言はできません。まずはJA運営に参画するスタート地点に立つために、総代会資料に書かれていることの意味を知ることから始めませんか。

(タイトル、内容は変更することがあります)