

スゴイ農業、スゴイJA
JA自己改革の現場から

「地域に愛される1億円の産地」を目指す営農相談員 ——JA兵庫六甲（兵庫県）三田営農総合センターの取り組み

木村好宏

（一般社団法人日本協同組合連携機構〈JCA〉基礎研究部マネージャー／主任研究員）

三田営農総合センターの周辺風景

生産者・消費者双方からの強力な支持を得て、地域全体で黒大豆枝豆を盛り上げるための、営農相談員の奮闘を紹介します。

JA兵庫六甲の三田営農総合センターでは、「地域に愛される1億円の産地」を目指した、黒大豆枝豆の生産拡大と地域活性化に取り組んでいる。

兵庫県三田市は、六甲山地の北側に位置する自然豊かな山間地域で、古くより稲作を中心に農業が盛んに行われてきた。1980年頃よりニュータウン開発が進み、急速に人口が増え、増加率は10年連続日本一を記録している。

きむら・よしひろ

一般社団法人日本協同組合連携機構基礎研究部マネージャー／主任研究員。2018年6月より現職。

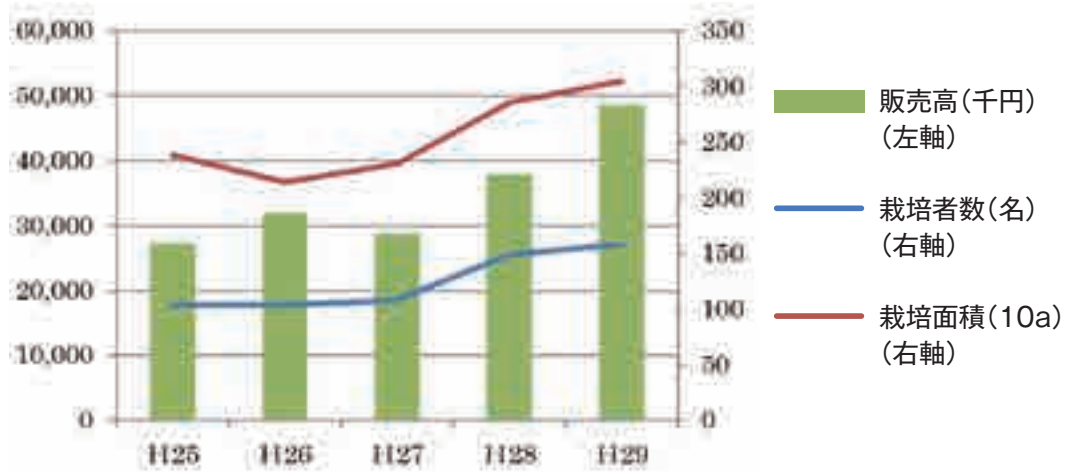
一方で、農業者の高齢化や後継者不足の課題が表面化している。このような地域の実情に鑑み地域全体を巻き込みながら1億円の産地を目指す取り組みを行っている。

経営の“見える化”

産地の拡大に当たって、まず、生産者へのアプローチを紹介する。

三田営農総合センターでは黒大豆枝豆栽培

図1 JA兵庫六甲三田野菜・産直の会黒大豆枝豆部会の実績



出典：JA兵庫六甲三田営農総合センター提供データより筆者作成

にかかる経営の全てを1枚のチラシに集約し、「経営の“見える化”」による提案活動をしてきた。提案に応えた組合員と営農相談員のバックアップにより生産量が増加した(図1)。

この“見える化”の取り組みは、三田営農総合センターの畠一希営農相談員の気付きから出発した。畠営農相談員は入組2年目にJA兵庫六甲三田野菜・産直の会黒大豆枝豆部会の担当となったが、担当して強く感じたことがあった。それは、組合員のJAへの出荷に対するイメージがネガティブなことである。「JAに出荷すると販売単価が安いのではないか」「部会に加入すると決まりごとが多くて面倒なのではないか」などである。

畠営農相談員は「部会員になっていない生



JA兵庫六甲三田営農総合センター営農チームの皆さん

産者はどうしているか」「どうしたら正しく理解してもらえるか」という疑問を持った。

そこで「生産者に部会を正しく理解してもらった上で、部会に入るか、入らないかの判断をしてほしい。部会の実態を知らずに判断するのは生産者にとっても損ではないか」と考えた。また、巡回の中で米以外の収益確保を図る必要性を感じていた。

考えた結果、1枚のチラシで提案することにたどり着いた。工夫したのは、1枚のチラシに必要な情報を全て盛り込み、ひと目で黒大豆枝豆栽培の経営が見えるようにしたことである。組合員の目を引くよう、専門業者に作製を依頼した。

どのように組合員に提案するかであるが、三田営農総合センターの営農相談員10名の「同僚・チームとも課題を共有し、産地振興に



提案活動のチラシは、簡単でみんなが共有できるツール。組合員からの共感を得て、産地拡大という目標を共有することにもつながった

かける思いを一つにする」(畠営農相談員) こととした。三田営農総合センターでは、管内6支店それぞれに担当の営農相談員がいるほか、品目ごとにも担当の営農相談員がいるが、全員で取り組む機運をつくり提案活動を重点項目の一つとした。

そして、足で稼ぎ汗をかくことを大切にしてい営農相談員全員で、組合員それぞれのニーズに合わせた420件を超える提案を行った。他にも、チラシの全軒ポスティング、現地研究会・講習会でのチラシ配布、営農相談員による個別訪問、一斉提案活動も実施した。

一斉提案活動は、三田営農総合センター管内6支店で黒大豆枝豆栽培農家の部会員を増やす目的で3月から4月にかけて集中して実施した。これは、黒大豆枝豆の早生品種は4月に種まきをするからである。「出荷間近になって販売高を上げるのは難しい。大事なものはどれだけ植え付けしてもらえるか。基盤は生産の拡大」(畠営農相談員)なのである。

提案に当たっては、営農相談員が一方的な話をしないことを心掛けた。組合員からいろいろな意見も出てくる。なぜ部会に入らないのか、なぜ黒大豆枝豆を作らないのか、組合員の現状を丁寧に聞いた上で対話を重ねた。対話のフィードバックによりJAの提案力・企画力が一層向上することにもなる。

和田隆佑営農相談員は、「部会出荷すること



笑顔で対話する畠営農相談員

のメリットを理解してもらうこと」が提案活動において最も苦勞したと振り返る。だからこそ、実際に生産者から、JAに出荷して「よかった」との声を聞いたときに、和田営農相談員自身も「よかった」と思った、という。

三田営農総合センターの産地振興の取り組みとして、生産拡大から安定出荷、販売先の多店舗展開というフローがある。

黒大豆枝豆は基幹防除を7月から9月に行う必要があるが、これまでの組合員との対話を通じて、組合員には、防除ができずに品質が低下し、安定出荷ができない、という悩みが多いことが分かった。特に高齢者にとっては夏場の作業はつらいものだった。また、JAとしては、54%しかないJAの出荷シェアを拡大することで安定した販売先を確保したい、という課題があった。

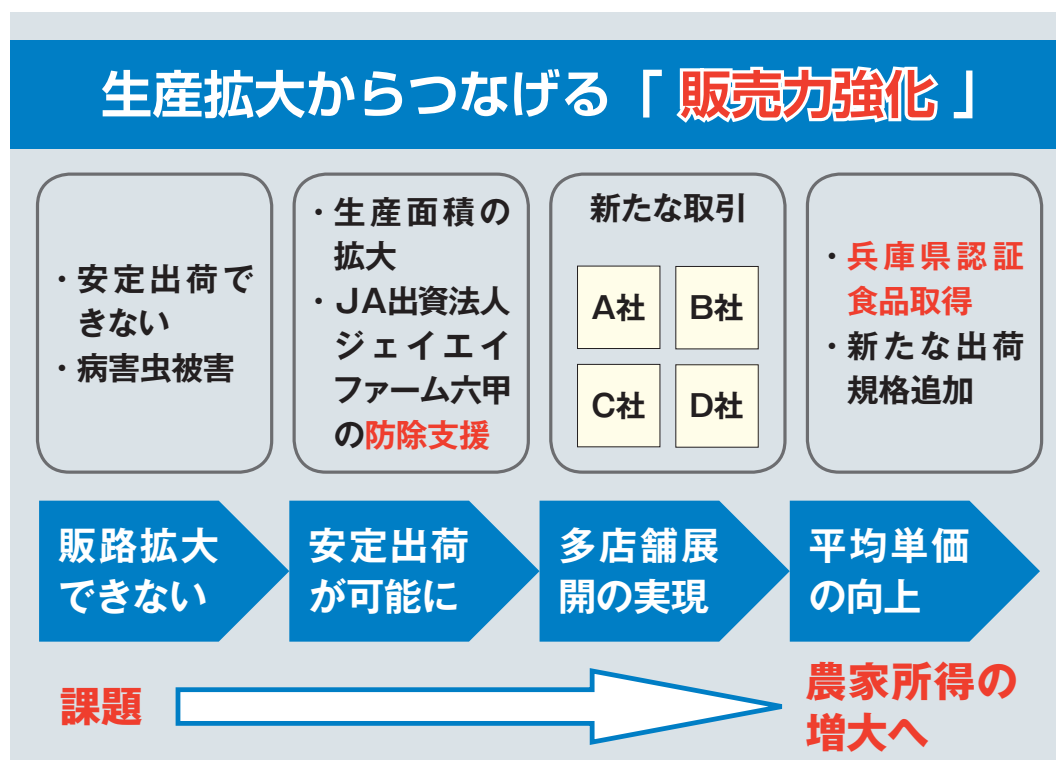
そこで、JA兵庫六甲の出資法人である株式会社ジェイエイファーム六甲と連携して同社が基幹防除の作業支援を実施することにした。品質の確保とともに黒大豆枝豆栽培の作業負荷が軽減されたことで、安定出荷が可能となり、JAの出荷シェア向上と生産拡大が実現できた。

生産拡大から販売力強化

提案活動や作業支援の実施により出荷量が増えたことで販売戦略が広がった。1つには



定植支援の様子



出典：J A兵庫六甲三田営農総合センターの資料より作成

販売先の増加である。営農相談員と販売担当者との連携によって、コープこうべのほか、関西スーパーマーケット、イオン、イズミヤ等との取引が始まった。

2つ目には黒大豆枝豆の価値の創造である。平成27年には、黒大豆枝豆4品種が認証され、部会の全ての黒大豆枝豆が「ひょうご安心ブランド」の認証を得た。県の規定により、環境にやさしい共通した栽培方法、厳しい出荷規格となることで、①ブランド力のアップ、②品質が安定、③農薬使用低減や集約した資材の使用によるコスト削減効果、などのメリットが生じた。こうしたことで、販売単価上昇、販売数量増加、生産コスト削減を実現した。

以上のように産地力、販売店舗数（販路）、ブランド力、販売単価と、アップストリームの連鎖を生じさせ、生産拡大から販売力強化を実現した。結果として、農家所得の向上（部会員1人当たり手取り、平成27年21万円から

平成29年30万円）、J A出荷シェア上昇（平成27年54%から平成29年74%）となったのである（図2）。

准組合員と集落

産地の拡大には、生産者へのアプローチに加え、消費を支える准組合員・地域住民へのアプローチも欠かせない。消費者へのアプローチを見ていきたい。

三田営農総合センターでは、販売力強化として、准組合員の販売パートナー化に取り組んだ。大消費地を抱える都市型J AであるJ A兵庫六甲の「強み、利点を生かした」（三田営農総合センター吉田顕人マネージャー）ところから生まれたものである。J A兵庫六甲では約9万人の准組合員がいる。営農事業から「准組合員に対するアプローチ」を行うという発想でもある。正組合員と准組合員を三田営農総合センターが媒介となって「正組合

員が作ったものを地域の准組合員が消費」する地産地消の促進にもなり、JAの組織基盤の強化にもつながってくる。

具体的には、准組合員限定の贈答用セットを企画し

た。三田牛もしくは地元産のお茶のプレゼント抽選をつけた5万枚のチラシを作製して准組合員に配布した。事業的にもプラスにしながら、黒大豆枝豆のPR・販路拡大のみならず、准組合員メリットの創出、地域農業応援の機運醸成、JA来店客増加にもつなげている。

また、畠営農相談員が担当していた藍支店は、いわゆる金融支店だが、「黒大豆枝豆オーナー制度」（「まめっこクラブ」）に取り組んだ。

黒大豆枝豆オーナー制度は、参加費10株2,000円で准組合員のオーナーを募り、支店を拠点に年に数回の農作業ができる。初年度30組の准組合員家族が参加した。准組合員は子どもを含めた家族で農業を体験し、正組合員と交流を深める。また、集落営農設立準備集落にオーナー制度を織り込んだ黒大豆枝豆栽培を集落営農のモデル事業として導入した。



准組合員限定セットのチラシ

そもそものきっかけは、「近くで子どもと一緒に農業体験ができればなあ」という支店での准組合員の声と「集落営農設立後どうやって経営していこうか」という集落営農座談会での正組合員の発言だった。2つの声を、大西宏昭支店長（現・三田支店長）と営農相談員との会話で結びつけることで支店としての取り組みにつながった。

実施までに支店長、営農相談員、金融リーダー、金融担当職員の4名でミーティングを繰り返し、課題や思いを共有しながら進めた。また、「准組合員はパートナーで地域農業の応援隊」というコンセプトや集落営農ノウハウを身に付けてもらうという目的が明確であったことなども実施に至る一因となった。

藍支店経済担当の野中若葉職員は、「参加者からは『JAは金融だけではなく、いろんなことをしていて、とても楽しい。これからも参加したい』とのお声をいただきました」という。JAの活動に興味を持ってもらえ、組合員の支店への来店率も上がった、など手応えを感じている。実践して、支店職員も営農への意識が高まってきた、という。

「農協らしさを大事にして、農産物や集落をきっかけにつなぐ」（畠営農相談員）ことが、地域の活性化、ひいては「1億円の産地」への一歩となる。



集落営農の種まき指導の様子



まめっこクラブの活動の様子



左/営農相談員の「思い」が形となった三田びんセンター
右/営農相談員は、組合員の悩みや不安、困りごとを聞き、フィードバックしてきた



まとめ

これまで三田営農総合センターの営農相談員が、実際に取り組んできた経緯や工夫、その際の苦勞してきたことなどを紹介してきたが、畠営農相談員によれば以下のポイントに集約される。

- ・組合員との対話に求めているもののヒントがある
- ・JAの内部で「思い」「課題認識」を共有することが大きな力となる
- ・ミーティングによるコミュニケーションを徹底してみんなでいろんなアイデアを出す
- ・起点となる人物、発信する人物、インフルエンサーの存在

そして最も大事なことは、創造的自己改革の基本目標3点を常に意識することである。畠営農相談員も常に意識して業務に当たってきており、思いの強さが事業推進力を左右するとのことである。

三田営農総合センターでは、黒大豆枝豆の産地振興の取り組みを促進するため、これまで手作業だった出荷作業を機械処理で行う「三田びんセンター」を開設、昨年10月5日にオープニングセレモニーを開催した。これにより、黒大豆枝豆出荷作業の軽減となり、部会員の生産拡大も進んでいき、三田営農総合センターの取り組みが一層効果を発揮するものと期待される。

農業・地域・JAを担うリーダーの雑誌



5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 目的から考える 法人化のかたち

「規模拡大して、法人化」という目標を掲げる青年農業者は少なくありません。なぜ法人化する必要があるのか。“目的”を明確にすることで、経営規模などめざすべき「法人のあり方」が見えてきます。实例を参考に考えます。

農業次世代人材投資資金の光と影

新たに就農する人たちを対象とした補助事業「農業次世代人材投資資金」。就農をしたい、長く農業に取り組みたいという若者の願いをかなえることは、地域の将来を左右します。制度をよりよくするためにはなにが必要か、利用する多くの若者の声を集め、専門家を交えて検証します。

(タイトル、内容は変更することがあります)