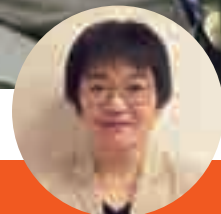




スゴイ農業、スゴイJA
JA自己改革の現場から

生産者と営農が支えるブランドミニトマト産地 ——JA紀州（和歌山県）いなみ営農販売センターの取り組み

和泉真理（一般社団法人日本協同組合連携機構〈JCA〉客員研究員）



いずみ・まり

1960年、東京都生まれ。東北大学農学部卒業。英国オックスフォード大学修士課程修了。農林水産省勤務を経て現職。主な著書に『英国の農業環境政策』（富民協会、1989年）、『農業の新人革命』（農山漁村文化協会、2012年）、『プレグジットと英国農政—農業の多面的機能への支援』（筑波書房、2019年）。

ミニトマトの販売金額を再び上昇させるために栽培・販売・加工などさまざまな取り組みを先導したいいなみ営農販売センター所長の田中俊史さんは、2019年2月に開催されたJA営農指導実践全国大会で最優秀賞を受賞。生産者とJAの営農との信頼関係のもとで作り上げたブランドミニトマトの産地の現場を訪れました。



写真：和泉真理
「優糖星」のハウス

J A紀州は和歌山県の中央部に位置し、温暖な気候を生かした農業の盛んな地域にある。いなみ営農販売センターは、J A紀州管内の5つの営農販売センターの1つであり、管内はウスイエンドウ、スターチス、スイカ、南高梅などブランド農作物の産地である。その中でミニトマトは、高糖度ミニトマトの3つのブランドである「赤糖房」^{あかとんぼ}「優糖星」^{ゆうとうせい}「王糖姫」^{おとひめ}の販売金額が平成30年度に10億円に達する見込みであり、これはいなみ営農販売センターの販売金額の3分の1を占める。

さまざまな工夫でブランド産地化

ミニトマトのブランド産地に向けた取り組みは、各地にミニトマト産地が乱立していた平成初期に、7人の生産者が「日本一のミニトマトを作りたい」と、和歌山で試験栽培されていたキャロル7というミニトマト品種の生産を始めたところから始まった。キャロル7は糖度が高くおいしいが、栽培がとても難しい。これを生産し、当時は珍しい房付きで売ろうとした。代々のミニトマト担当営農指導員はそれを支え、生産・販売のさまざまな工夫によってブランド産地を育ててきた。販売金額8億円で一時足踏みしていたミニトマトの販売金額を再び上昇させるために栽培・販売・加工などさまざまな取り組みを先導したいなみ営農販売センター所長の田中俊史^{しゅんじ}さんは、2019年2月に開催されたJ A営農指導実践全国大会で最優秀賞を受賞したところである。生産者とJ Aの営農との信頼関係のもとで作り上げたブランドミニトマトの産地の現場を訪れた。

ミニトマトの3つのブランドのうち、「赤糖房」は品種はキャロル7で房どり、「優糖星」は品種はキャロル7でバラどり、「王糖姫」は品種はアイコでバラどりである。7人で始め



JA紀州いなみ営農販売センター

た「赤糖房」の生産・販売を成功させた後、平成10年頃のさらなるミニトマトの産地間競争の激化の中で、「赤糖房」に追随して「優糖星」「王糖姫」を加え、3種の商標登録を行い、ブランド産地に発展させた。現在ミニトマト部会は約100戸で構成されており、その下に、「赤糖房」「優糖星」「王糖姫」の専門部がある。「赤糖房」と「優糖星」の生産者が重なることはないが、「赤糖房」や「優糖星」と「王糖姫」の両方を生産する生産者はいる。

園地回りでレベルアップと信頼関係構築

いなみ営農販売センター管内のミニトマト生産者と話をする中で頻繁に出てくるのが、「園地回り」という言葉だ。これは、生産者と営農指導員が行う圃場巡回^{ほじょう}のことであり、ミニトマト部会では、生産者5～6人で構成される班と営農指導員、という組み合わせで、毎月必ず班員全員の園地を回る。田中さんは、1班の構成人数を8人程度から5～6人に減

らし、生産者当たりの指導時間を増やし、園地回りの充実を図った。現在ミニトマト部会は24班から構成されており、営農指導員は、午前、午後と2班を回ったとしても、月の半分近くは園地回りに費やしていることになる。これが、生産者間の技術レベルの向上や、問題が発生したときの迅速な対応、そして営農と生産者との信頼関係の構築に結びついている。JAの資材担当者も園地回りに加わることもあり、農業資材についての相談や受注が効率的に行われる。

「品質の水準維持によってブランドを守っている産地にとって、園地回りは欠かせない」と語るのは、ミニトマト生産部会長の中本和彦さんだ。「優糖星」を20a生産している。中本さんによれば、3つの専門部がしっかりしており、園地回りで出された問題を、営農と役員が話し合っ^てスピーディーに対応し、状況が悪くなる前に手を打っている。キャロル7という品種は、単に甘いだけではなく、トマト



ミニトマト生産部会長の中本さん（前）と、いなみ営農販売センターの田中所長

らしい酸っぱ味のバランスの取れた品種だが、病気になりやすく、栽培するにはかなりの技術が必要だ。「産地としての個性を大切にする」ことを意識している中本さんから見て、ミニトマト部会には、会合などは時間厳守で進め方もきっちりしているという意識の高い生産者が多く、こういう生産者によって品質の良いミニトマトが生産されている。

園地回りの班の編成は営農指導員が2年ごとに組み替える。単に近い地域内の生産者で組むのではなく、生産者の性格や畑の状況などをもとに、営農指導員が編成案をつくる。例えば、新たに作り始める生産者はベテラン農家の多い班に入れる。この充実した園地回りにより、生産者全体の技術水準が向上するとともにバラツキが減り、「赤糖房」「優糖星」の反収は平成20年度の約5tから29年度には6tにまで増加した。ミニトマト部会の園地回りをまねて、最近では、管内の他のいくつかの作目でも園地回りをするようになった。

新しくミニトマト生産に取り組もうとする人は、まず1年間この園地回りに参加し、勉強することが条件である。また、班長の何人かは女性になるようにしており、外からの見栄えを意識したミニトマトのパック詰めに取り組むようになるなど、女性の視点を入れた栽培・出荷の工夫という成果が出ている。

「優糖星」の生産者である弓倉美鈴さんは、女性班長の一人である。弓倉さんはもともとウスイエンドウとスイカを作っていた。ミニトマトに興味はあったが、寒くて自分の農地では作れなかったのが、近年の温暖化で作れるようになった。そこで、1年間園地回りに同行して勉強した後、8年前からミニトマトの生産を始めた。「優糖星」の栽培面積は現在は6aだが、今年から10aに増やす予定だ。ミニトマトは収益が高い上、栽培の工夫次第で味が良



「優糖星」を生産する弓倉さん

くなるので、面白くてやりがいがあるという。「優糖星」の生産者は、むしろ女性の方がバリバリと取り組んでいる感じだとのことだった。

販売戦略とJA紀州ならではの加工品

ブランドのミニトマトの販売戦略として、高い品質水準を維持するとともに、販路を絞っており、あらかじめ行き先が決まっている。高級百貨店などからの需要が多く、毎出荷期間中は「赤糖房」kg当たり1,500円、「優糖星」は1,000円、「王糖姫」は900円という固定価格で全量を販売することができている。販売額を見越した経営が可能となり、そのため生産者数はあまり減らず、若い農業者もかなりいる。しかし、それでも生産者の高齢化は進み、栽培面積の減少の要因となっていたので、田中さんは、生産者の負担となっていた出荷調製作業を、通いコンテナ出荷を導入することで70%軽減させた。通いコンテナの導入は、生産者が出荷調製に時間を取られず、圃場で

タイムリーに管理や収穫を行うことを可能にし、品質向上や裂果の改善につながっている。さらにいなみ地区以外でのミニトマト生産者を増やすことや、農外からの就農者の受け入れなどを通じ、生産者や栽培面積の維持・増加を図っている。

また、産地のファンを増やし、生産者の意欲を高めるために、収穫体験イベントを実施した。さらに、市場出荷終了後に行き場がなかった「優糖星」を用いた加工品を開発した。隣のみなべ町は日本一の梅（南高梅）の産地である。その梅と「優糖星」をコラボさせたデザート系梅干し「tomato-ume」は、観光庁の第10回魅力ある日本のおみやげコンテストでグランプリを受賞した。「tomato-ume」は平成29年度には販売金額が1億円に達し、原料用の「優糖星」が足りない状況である。「tomato-ume」は原料用の「優糖星」を出荷した生産者当たり約15万円の増収をもたらしている。

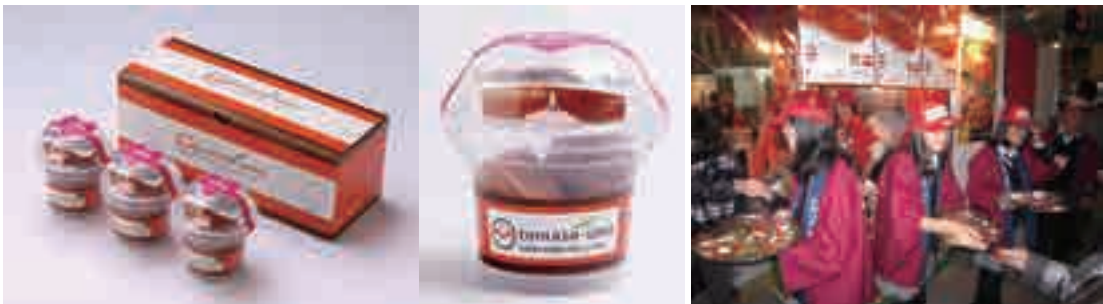
新規就農者も技術向上

農外から「このおいしいミニトマトを作りたい」と就農してくる人は何人もおり、ミニトマト部会は空きハウスの紹介を行い、営農指導員が手取り足取り面倒を見ている。

木下真延^{まさのぶ}さんは、そのようなIターン生産者の最古参である。奈良県出身で、就農して約10年になる。祖父母がこの地域の出身だったことから、就農の候補地として検討していた中、JAと「赤糖房」の生産農家を紹介された。他のミニトマトにはない個性を持つこのおいしいトマトを作りたいと思ったそうだ。最初の1年は生産農家でアルバイト研修をしつつ、園地回りに参加して勉強した。その後、就農し、現在ハウスを8a借りて「赤糖房」と「王糖姫」を作っている。「今は10年前よりは作るのが上手になっていると思うが」と笑いつつ、木下さんは、「就農当初は、あまりにいろいろ言われるので、園地回りの1週間前ほどはものすごく憂鬱^{ゆううつ}だった。同じ班には上手な



産地のファンを増やすため、生産地へ県外の消費者を招待する「収穫体験イベント」を実施



今までにないデザート系梅干し「tomato-ume」と試食キャンペーンの様子（このページの写真は全てJA紀州提供）

生産者ばかりがいて、その後自分のハウスに行くのが恥ずかしかった。そのプレッシャーが重要だ」と懐かしむ。「市場の人から、質を上げれば値段は上がると言われているので、量より質を狙っていきたい」と意欲的だ。

目標持って次の一手を

ミニトマト生産部会長の中本さんは、「部会員はミニトマトで生活しており、ミニトマト栽培を極めていくという意識の高い生産者が多い。20年後、30年後も意識の高い産地として、品質と味だけは負けないようにしたい」と語る。これを支えるべく、産地の振興のための新たな手を次々と繰り出してきた田中さんは、「生産者が自分を信頼して、ついてきてくれた。農業協同組合の基本は営農だと営農指導員を守ってきてくれた」と振り返りつつ、「将来に向けて産地の調子の良いときにこそ攻めていかななくてはならない。他産地もこの産地を見ている中、ここまでつくり上げてきた産地が今後も続くように攻めの手を緩めない」という。田中さんの目指す次の一手は、パッケージセンターの建設である。「現在いなみ営農販売センター管内に8か所ある共同選果場を1か所にまとめ、そこにパッケージセンターを造りたい。管内にはいろいろな品目があるので、周



Iターンで「赤糖房」を生産する木下さん（左）と田中所長

年雇用が可能であり、地域内の雇用創出にもつながる」と熱く語った。田中さんによるJA営農指導実践全国大会の発表資料の最後にあった言葉を紹介しておこう。

「営農指導員は部会組織、地域、産地のプロデューサー」

「夢や目標を持って仕事をしないと楽しくない！」

農業・地域・JAを担うリーダーの雑誌



8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 家族農業の10年と現代親子事情

国連は、家族農業は食料安全保障の確保と貧困・飢餓撲滅に大きな役割を果たしているとし、19年からの10年間に、施策の推進・知見の共有を求めています。一方、わが国では家族農業の根幹ともいえる親子関係に悩んでいる青年農業者も。そこで、わが国における“家族農業の現在地”を確認します。

いま注目のメソッドをかじってみる ビジネス・シミュレーションゲーム

未来像を想定し、そこを起点に現在を振り返って考える「バックキャストイング」。問題を関連した要素ごとにツリー上に分解していく「ロジックツリー」。それらビジネス界の経営方針の決定や課題解決の手法を“ゲーム感覚”で学び、農業経営やJA青年組織活動に応用するヒントを探ります。

(タイトル、内容は変更することがあります)