

JAグループにおける農産物販売力強化の取組み

—野菜の加工・業務用需要対応における連合組織の役割を中心に—

主事研究員 尾高恵美

〔要 旨〕

- 1 本稿では、環境変化に対応したJAグループの農産物販売力の強化について、加工・業務用野菜の新産地育成と販売を中心に連合組織の役割に焦点を当てて報告する。
- 2 1980年代以降、野菜の国内生産は減少傾向にあり、その分輸入が増加したことにより、2010年における野菜の自給率は80.9%まで低下した。露地野菜作においては、多数の零細農家が存在する一方で、1割弱の大規模生産者は規模拡大し、作付面積の半分を担うようになった。JAグループとして、零細農家への支援とともに、大規模生産者の育成が求められている。
- 3 一方、野菜消費についての近年の特徴は、食の外部化の進行により加工・業務用需要が増加していることである。野菜消費に占める加工・業務用需要の割合は、2010年において56%と過半を占めており、この原料野菜の3割が輸入となっている。その一方で、食品製造業や外食産業における国産野菜へのニーズは強い。
- 4 JAグループとして、野菜産地の農業生産構造変化と加工・業務用需要の増加に対応することが課題となる。課題に対応している事例として、本稿では、全農茨城県本部による多様なチャネルを活用した販売事業（VF事業）、宮崎経済連の子会社ジェイエイフーズみやざきによる冷凍野菜事業、JA全農の本所による産地リレーの取組みを紹介する。取組内容は、地域の特性に応じて違いはあるものの、地理的な広域性と職員の専門性の強みを生かしつつ、多様な流通機能を果たしている点で共通している。
- 5 加工・業務用需要への対応を強化するには、単位JA—県段階—全国段階の綿密な協力はもちろん、連合組織の販売部門と営農関連部門との連携、さらに生産者の規模拡大のための金融面での支援も必要になるだろう。事業間連携を含めて、JAグループの総力をあげた取組みが求められているといえよう。

目次

はじめに

1 JAグループの野菜販売事業をめぐる環境 変化と課題

- (1) 国内野菜産地の動向
- (2) 野菜消費の変化と実需者の動向
- (3) 単位JAの野菜仕向先
- (4) 加工・業務用需要への対応における
JAグループの課題

2 全農茨城県本部のVF事業

- (1) 生産者の高齢化に対応した省力化サービスの提供
- (2) 契約取引に基づく生産者からの買取
- (3) 安定供給対策
- (4) 需要に基づいた産地育成
- (5) 実需者サポート機能
- (6) 県本部がコーディネートする意義

3 宮崎経済連による冷凍野菜事業

- (1) 契約栽培による新たな産地育成
- (2) 技術指導の充実
- (3) 安全・安心対策
- (4) 工場の操業度を高める工夫
- (5) 県経済連が実施する意義

4 JA全農による産地リレー

- (1) JAグループの連携を通じた加工・
業務用の産地育成
- (2) 生産支援体制
- (3) 安定供給対策
- (4) JA全農がコーディネートする意義

5 野菜販売における連合組織の流通機能

- (1) 卸売市場への無条件委託販売における
連合組織の流通機能
- (2) 事例にみる加工・業務用需要への対応に
おける連合組織の流通機能

おわりに

はじめに

協同組合における連合組織の機能は、規模の経済性を生かした単位協同組合の補完と位置付けられている^(注1)。その延長として、加工・業務用野菜の拡大に対応するために、JAグループ経済事業の連合組織（経済連・全農県本部や全農）が単位JAと協力して新たな産地を育成し、販売する取組みが広がりつつある。

そこで本稿では、JAグループにおける環境変化に対応した農産物販売力強化の取組みについて、加工・業務用野菜の販売を中心に連合組織の機能に焦点を当てて報告す

る。

本稿の構成は次の通りである。1において野菜の生産と消費の動向を整理する。2～4では連合組織のコーディネートによる加工・業務用需要に対応した新産地育成と販売の取組みを紹介する。最後に5で連合組織の機能について整理する。

なお、紙幅の制約から今回は連合組織の機能に注目したが、連合組織がコーディネートした取組みにおいても、当然のことながら、生産振興等において単位JAが大きな役割を果たしていることを記しておく。

(注1) 藤谷(1974)および藤谷(1987)を参照。

1 JAグループの野菜販売事業をめぐり環境変化と課題

(1) 国内野菜産地の動向

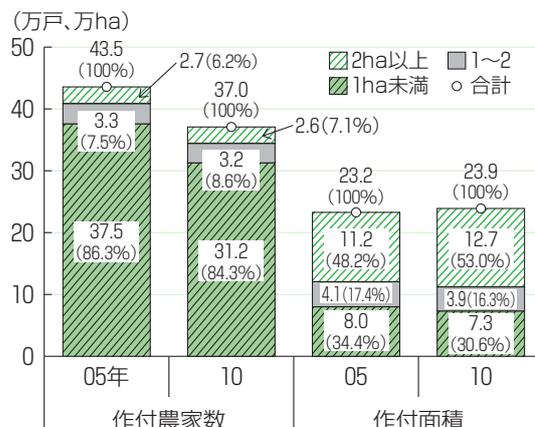
a 国内野菜生産の動向

野菜の国内生産は、1980年代以降、減少傾向にある。農林水産省「食料需給表」によると、2010年における野菜の国内生産量は1,173万トンで、ピークの82年に比べて526万トン減少した。これは、同期間における国内消費仕向量の減少量315万トンを上回る。その分、輸入が増加しており、野菜の自給率は、82年の96.2%から10年には80.9%へと15.3ポイント低下した。

全体として縮小している野菜生産において、大規模生産者の存在感は高まっている。農林水産省「2005年農林業センサス報告書」「2010年世界農林業センサス報告書」によると、10年において販売目的で露地野菜を作付けした販売農家数は37万戸であり、このうち、露地野菜の作付面積が1ha未満の販売農家は84.3%と大部分を占めている（第1図）。一方、2ha以上の販売農家は、農家数の割合では7.1%にとどまるものの、露地野菜の作付面積に占める割合では53.0%と過半を占めている。

10年において販売目的で作付けした露地野菜の作付面積は23.9万haで、05年の23.2万haから2.7%増加した。これは、露地野菜の作付面積が2ha以上の販売農家の1戸当たり作付面積が4.17haから4.80haへと増加したことが寄与している。大規模生産者にお

第1図 露地野菜の作付面積規模別農家数および作付面積の内訳（販売農家）



資料：農林水産省「2005年農林業センサス報告書」「2010年世界農林業センサス報告書」
 (注) 1 調査期日前1年間に販売目的で露地に野菜を作付けた販売農家。
 2 カッコ内は合計の構成比。

いて規模拡大が進んでいる。

このように、多数の零細農家が存在する一方で、1割弱の大規模生産者が露地野菜の作付面積の半分を担っている。JAグループとして、零細農家への支援とともに、大規模生産者の育成が求められているといえる。

零細農家についてみると、高齢化が進んでいる。10年において1ha未満の販売農家では、農業従事者のうち60歳以上が占める割合は55.3%と半数を超えており、2ha以上の40.4%に比べて高い。

高齢の農家に対しては、育苗作業の外部化のために単位JAが育苗センターを導入したり、後に全農茨城県本部の事例に示すように、生産者の選果作業を省力化するために、規格を簡素化したり、選果場を設置するといった対策がとられている（香月(2005)）。また、農家から集荷を代行している単位JAの直売所もある。

b 大規模生産者育成に求められる支援

大規模生産者の農業経営の1つの特徴として、通年で労力を雇用している場合が多いことがあげられる。

農林水産省「2010年世界農林業センサス報告書」によれば、常雇い（あらかじめ年間7か月以上の契約で雇った者）を雇い入れている農業経営体の割合は全国で3.5%である（第2図）。これを販売目的の露地野菜作付面積規模別にみると、1ha未満の層では5%に満たないが、1.0~1.5ha未満では6.8%、1.5~2.0ha未満では8.8%、2.0ha以上では16.6%となる。

生産者が労力を通年で雇用するには、その費用を支出するための収入を見込めることが前提となる。月々安定した収入を得る必要があるため、大規模生産者は価格が安定した取引への志向が強い。卸売市場への無条件委託販売の場合には、確実に販売できるものの、価格の変動は大きくなる。取引価格を安定させるには、卸売市場の予約相対取引を含めて、数量や価格等の条件を

第2図 露地野菜を作付けた農業経営体のうち常雇いを雇い入れた割合（2010年）



資料 農林水産省「2010年世界農林業センサス報告書」

(注) 1 調査期日前1年間に販売目的で露地に野菜を作付けた農業経営体。

2 常雇いとは、あらかじめ年間7か月以上の契約で雇った者。

定めた契約取引が必要になる。収入の安定は、雇用の維持にも円滑な資金繰りにも寄与する。実際、独自に取引先を開拓して契約取引で販売している大規模生産者は少なくない。

また、費用面では、近年の肥料価格の高騰をはじめとする資材価格上昇による費用の増加が生産者の経営を圧迫している。これに加えて大規模生産者では、規模拡大に伴う農機にかかる費用負担も小さくない。安定した取引価格と、生産・流通にかかる費用の削減への支援が必要となる。

(2) 野菜消費の変化と実需者の動向

a 加工・業務用需要の増加

次に、野菜消費の変化と実需者の動向をみてみたい。

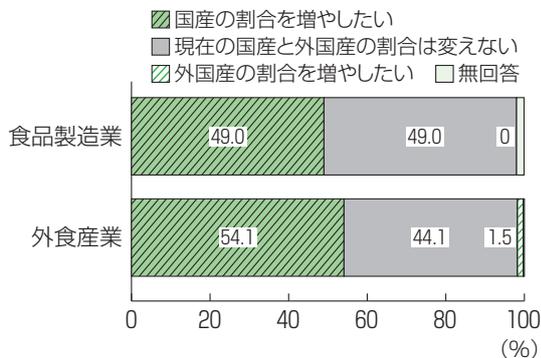
近年の野菜消費において特徴的なことは、野菜消費量が縮小する中で、食の外部位の進行により、加工・業務用需要が増加していることである。

小林（2012）によれば、主要野菜の消費に占める加工・業務用需要の割合（重量ベース）は、90年51%、2000年54%、05年55%、10年56%と徐々に高まっている。そして、加工・業務用需要における輸入の割合（重量ベース）は10年において30%を占めている。

b 加工・業務用需要における国産志向

輸入が3割を占めているものの、食品製造業や外食産業における国産野菜へのニーズは強い。農林水産省（2008）により、取

第3図 食品製造業と外食産業において、取り扱う野菜の原産地に関する今後の意識・意向

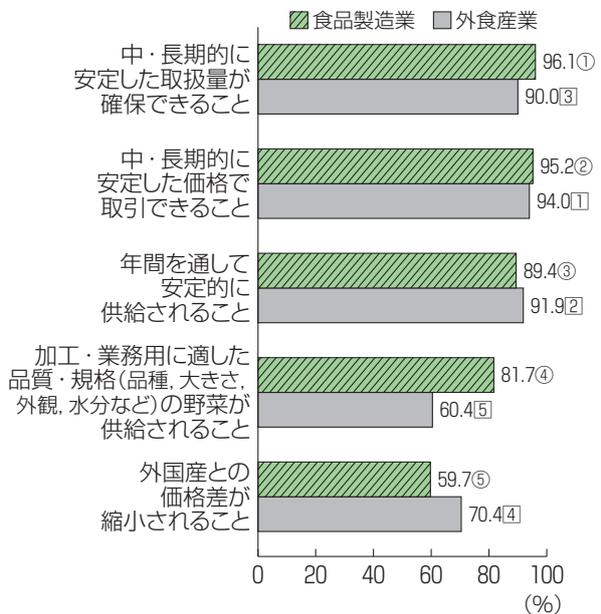


資料 農林水産省(2008)「加工・業務用野菜の取扱いに関する意識・意向調査結果」
 (注) 野菜を原材料として使用している食品製造業104名と外食産業331名、計435名の集計結果。(第4図も同じ)

取り扱う野菜の原産地に関する今後の意識・意向をみると、「国産の割合を増やしたい」との回答割合は、食品製造業で49.0%、外食産業で54.1%と半数前後を占め、一方、「外国産の割合を増やしたい」との回答は、前者ではゼロで、後者でも1.5%にすぎない(第3図)。

加工・業務用需要では、4定(定価・定時・定量・定質)といわれるように、原料調達の安定性が重視されている。農林水産省(2008)により、食品製造業と外食産業が国産野菜の使用を増やす上で国内産地に求める条件について、「重視する」と「やや重視する」を合わせた回答割合を第4図に示した。1~3位を占めているのは「中・長期的に安定した取引量が確保できること」「中・長期的に安定した価格で取引できること」「年間を通して安定的に供給されること」である。中長期にわたる安定的な取引と周年で切れ目なく調達できることが重視されている。

第4図 食品製造業と外食産業において、国産野菜の使用割合を増やす上で国内産地に求める条件(各項目について「重視する」と「やや重視する」の回答割合の合計)



資料 第3図に同じ
 (注) 1 国産のみを使用している場合は、今後も国産を使用する上で求める条件を回答。
 2 「重視する」の回答割合と「やや重視する」回答割合の合計の上位5位までの項目を抜粋した。○および□の中の数字はその順位。

さらに、「加工・業務用に適した品質・規格の野菜が供給されること」「外国産との価格差が縮小されること」が4位と5位で続いている。用途に適した商品性と価格が求められている。

c 食品企業の契約取引と農業参入

国内の野菜生産が減少傾向にある状況において、加工業者や外食・中食業者は、短期的には契約取引により野菜を調達し、一方で、自ら農業に参入することによって長期的な安定性を高めようとしているようにみえる。

農畜産業振興機構(2010)によると、食品加工業者および外食業者の合計で69.1%

が野菜調達で契約取引に取り組んでいる。

一方、農地法の改正を受けて急速に進んでいるのが農業参入である。09年12月の改正農地法施行後の一般法人による農業への参入の状況をみると、12年1月末までに700法人が参入し、このうち食品関連産業（卸売・小売業は含まない）は160法人で最も多く、全体の22.9%を占めている（農林水産省（2012））。営農作物として全体の50.1%が野菜を選択している。

また、農業以外の業種から資本金・出資金の提供を受けている農業経営体は1,164経営体（全体の0.1%）である（農林水産省（2011））。資本金・出資金の提供元の業種をみると、食料品製造・飲食サービス業が19.1%、飲食料品卸売・小売業が13.9%と、食品関連が合わせて33.0%を占めている。

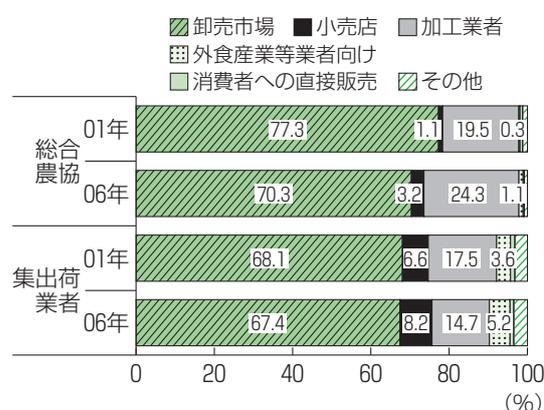
食品関連企業による農業参入には、国内生産の落ち込みを補い、原料を長期にわたって安定的に調達するという動機も少なからず働いているとみられる。

(3) 単位JAの野菜仕向先

産地や実需者の変化を受けて、JAの販売先も徐々に変化してきた。01年と06年における総合農協の仕向先の内訳をみたものが第5図である。比較のために、農林水産省「青果物集出荷機構調査」の調査対象のうち、取扱量が総合農協に次いで第2位の集出荷業者（生産者などから青果物を集めて出荷する産地仲買人又は産地問屋等）についても掲載している。

総合農協の仕向先において卸売市場出荷

第5図 野菜の仕向先の内訳(重量ベース)



資料 農林水産省「青果物集出荷機構調査」(01年, 06年)
 (注) 1 「外食産業等業者向け」「消費者への直接販売」について、2001年調査ではそれぞれ「外食業者」、「直接販売」。
 2 秘密保護上統計数値が公表されていない品目もある。このため比較可能な11品目の合計とした。11品目とは、ダイコン、ニンジン、パレイショ、サトイモ、ハクサイ、キャベツ、レタス、ネギ、タマネギ、キュウリ、トマト。

の割合は、01年も06年も大宗を占めていることに変わりはない。しかし、その割合は01年の77.3%から、06年には70.3%へと低下し、集出荷業者の割合と同水準となった。

一方で、総合農協では加工業者向けの割合が19.5%から24.3%へと4.8ポイント上昇し、加工業者向けの販売は着実に拡大している。しかし、2010年の加工・業務用需要において輸入が3割を占める現状を鑑みると、まだ拡大する余地が存在することも確かである。

(4) 加工・業務用需要への対応におけるJAグループの課題

加工・業務用需要に対応するためのJAグループの主な課題として、次の4点があげられる。

1つめは、新たな産地育成である。輸入野菜との競合のために、家計消費用に比べ

て加工・業務用の単価は低めになることが多い。そこで、安定価格で面積当たりの収益を確保しつつ、生産・流通コストを抑制する経営モデルにより、農業経営の持続性を高め、長期的に供給可能な産地を育成する必要がある。

2つめは、用途に応じた品質・規格等に対応するための栽培技術指導である。

3つめは、安定供給対策である。市況が高騰した場合にも契約通りに出荷することは当然として、天候変動の影響を最小限に抑える工夫も必要となろう。

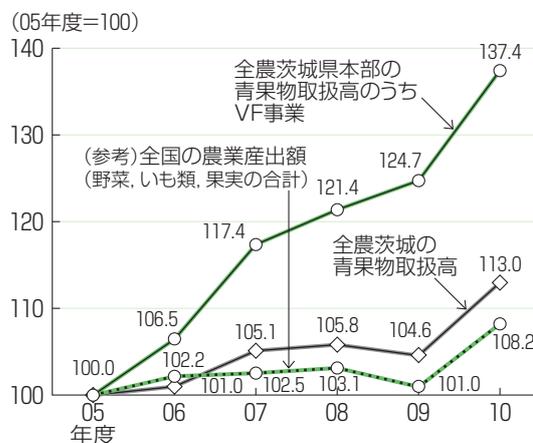
4つめは、多品目と周年供給のニーズに対応するための取引窓口の一本化である。バイヤーから「JAグループの場合、多品目をそろえるためには個々に商談しなければならず大変。1つの窓口で多品目をそろえられるようにしてほしい」という話を聞く。取引先の商談コスト軽減という点では、多品目を扱い、周年供給できる取引窓口の一本化も必要となろう。

このような課題に対応しつつ、JAグループをあげての取組みが本格化してきた。次に、JAグループの環境変化に応じた販売について、加工・業務用需要への対応を中心に、先進的な連合組織の取組みに焦点を当てて紹介する。

2 全農茨城県本部のVF事業

事例の最初に、先駆者である全農茨城県本部（以下、「茨城県本部」と略す）のVF事業をみてみたい。VF事業のVFとは、

第6図 全農茨城県本部の青果物取扱高(指数)の推移



資料 全農茨城県本部資料

Vegetable & Fruits, つまり青果物の略である。VF事業とは、卸売市場を含む多様なチャネルを活用して青果物を販売する事業である。茨城県本部はVF事業を96年度（当時は茨城経済連。02年に全農に統合）に担当職員3名の体制で数千万円の取扱高から始めて、11年度には職員数26名、取扱高143億円、取引先数約200社の事業へと成長させた。2010年度において、VF事業は茨城県本部の青果物取扱高の18.3%を占めている。

また、05年度の値を100とした場合の指数をみると、VF事業の成長が牽引する形で、茨城県本部の青果物取扱高の伸びは、全国の青果物の産出額の伸びを上回って推移している（第6図）。

(1) 生産者の高齢化に対応した省力化サービスの提供

VF事業に取組み始めた当初、全国と同じく茨城県内でも生産者の高齢化が進みつつあり、加えて本県では、産地市場が多い

ことから野菜販売における生産者のJA利用率は3割強という状況であった。そのような状況で、当初、取り組んだのは、選果やパッケージ機能を備えた施設（VFステーション）での高齢の生産者への省力化サービスの提供である。

生産者がJA以外に出荷していた分について、無選別（バラ）あるいは簡素な規格で、通いコンテナを使用する出荷を提案した。無選別あるいは規格を簡素化することにより、高齢の生産者の負担になっている細かい等級に応じた選果作業を軽減できる。量販店向けには、産地パッケージの要望にも対応できる。

また、コンテナ出荷により、生産者の荷造り作業を軽減でき、段ボール出荷に比べてコストを低減できるメリットがある。

(2) 契約取引に基づく生産者からの買取

VF事業の取引チャネルは卸売市場を含めて多様であるが、取引形態は契約取引が中心である。茨城県本部が実需者との契約主体となる。産地とも数量と価格を決め、買取により集荷する。

県内産地では、生産者の高齢化が進む一方で、大規模生産者が増加していた。大規模生産者にとっては、選果作業やパッケージ作業の省力化に加えて、労力を雇用している場合には、契約取引による安定した価格と、買取によって決済サイトが比較的短いことも大きな魅力である。これにより、利用する生産者は増加し、VF事業の取扱高

は拡大してきた。

(3) 安定供給対策

生産者にとってメリットのある契約取引を継続するには、安定供給することが不可欠である。そのために、茨城県本部では、試行錯誤しながら、契約産地で安定供給する工夫と、天候変動の場合にも極力欠品を回避する努力を積み重ねてきた。VF事業における安定供給対策を具体的にみると、以下の3つである。

1つめは、加工・業務用取引では、単位JAの募集に応じた生産者で、取引先ごとに少人数のグループを組成していることである。契約生産者は、安定価格への志向が強い大規模生産者や若手生産者が多い。また、少人数のグループを組成することにより、生産者同士の連帯感が醸成され、出荷を割り当てる際や天候変動時の臨機応変な対応など、契約通りに出荷するように生産者同士の協力を促す効果を期待できる。

2つめは、実需者が産地視察する機会を設けている。実需者と直接コミュニケーションすることは、とくに若手生産者にとっては生産意欲の向上につながっている。また、実需者にとっては圃場を視察し安全性を含めて産地を確認する意味合いもある。VF事業では生産者と実需者が明確であるために、産地での交流が可能となっている。

3つめは、とくに茨城県の野菜作は露地栽培が多く、生育は天候に左右されやすい。契約概念や用途に応じた栽培方法が確立してきたため現在では少なくなったが、

契約産地で収穫できない場合には、取引先との協議により、契約産地以外の県内産地から調達するなど、欠品を極力回避するようにしている。

(4) 需要に基づいた産地育成

安定供給を継続する努力を惜しまなかったことにより、茨城県本部に対する実需者の信頼感が高まり、既存の取引先からの取引品目の拡大や新規取引の要望が増えてきた。現在は、実需者の要望に基づく、新たな産地育成に注力している。

これは、06年度から単位JAが始めた大規模生産者への支援が1つの契機となっている。^(注2) 単位JAのTACが大規模生産者を戸別に訪問し、生産者の要望や意向に応じた提案を行うというものである。これにより、系統未利用、つまり単位JAの生産部会に加入していない大規模生産者が新たな販路としてVF事業を利用する道が開けた。

新産地育成のために、単位JAのOB職員を「産地開発顧問（フィールドオペレーター）」として配置し、契約生産者グループの会議の設営や、圃場巡回で相談を受けるなど、きめ細かな指導を行っている。

(注2) TACとはTeam for Agricultural Coordinationの略で、地域農業の担い手に向くJA担当者の愛称。

(5) 実需者サポート機能

この他に、茨城県本部では、周年供給や生協のセット業務といった実需者サポートを行っている。

周年供給では、一部の取引先に対して、

県産の端境期に県外の産地をコーディネートしている。例として、県外JAとの協力による漬物業者へのナスの周年供給があげられる。茨城県産のナスの出荷期間は5～10月に限られるため、それ以外の時期の協力要請を受けて、11月～6月に潤沢に出荷できる県外JAとの連携を始めた。契約取引で新たな販路ができたことは、他県JAの生産者にとっても手取りの増加につながっている。供給責任は茨城県本部が負っているため、年2回現地視察を行っている。

そのほか、小美玉市の青果集品センターで生協の共同購入のセット業務を請け負い、県産品の新たな提案につなげている。

(6) 県本部がコーディネートする意義

連合組織が実施する事業としてVF事業をみた場合、大きく3つの意義があると考えられる。

最も重要な点は、高い専門性に基づく取引のマッチングである。茨城県内には、品目や生産者において多様なタイプの産地が存在している。新たな産地育成では、実需者の求める品目に、気候条件や作業体系の面で適した産地をマッチングすることがポイントになる。茨城県本部の園芸事業の人員配置においても専門性を高められるように配慮されている。

2つめは、集荷範囲が広域であることによる安定供給と多様な品ぞろえである。安定供給については前述したとおりである。

品ぞろえについては、茨城県本部のVF事業で取り扱っている野菜は果実的野菜を

除いても50品目を上回る。端境期はあるものの、多様な品ぞろえは、1つの取引窓口で複数の品目を取引でき、周年供給と合わせて取引窓口のワンストップ性を高めることになろう。

3つめは、茨城県本部の施設を複数の単位JAの生産者が利用することにより、施設の操業度を高められることである。

3 宮崎経済連による 冷凍野菜事業

次に、宮崎経済連の子会社である株式会社ジェイエイフーズみやざき（以下、「同社」と略す）による野菜の冷凍加工事業についてみてみたい。同社は2010年に設立され、11年8月に操業開始し、ハウレンソウとサトイモを中心とする冷凍野菜の製造と販売を主な事業としている。冷凍野菜事業の目的は、国産（宮崎県産）野菜供給拡大による食料自給率の向上、大規模生産者の育成、廃作農家（葉タバコ）や遊休農地対策として新規作物を提案することである。

(1) 契約栽培による新たな産地育成

同社では、主な原料であるハウレンソウやサトイモはすべて契約栽培で仕入れている。11年度は、農業法人を含めて県内の80を超える生産者と合計150ha分を契約した。工場に近い尾鈴地区を中心に、新規にハウレンソウ栽培に取り組む生産者が多い。

収穫作業体系に応じて契約方法は異なる。収穫作業を機械化する場合の面積契約

と、手作業で収穫する場合の重量契約があり、各生産者はいずれかを選択するが、農業法人等の大規模生産者は前者を選択する場合が多い。

面積契約の場合は、契約時点で1作につき10a当たりの買取金額を決める。播種前に面積当たり収益が予測できるため、農業経営計画を立てやすいというメリットがある。

また、同社は、大規模生産に適した機械化による効率的な作業体系を確立し、後述するようにフィールドコーディネーター（契約農場管理担当者）を配置して栽培指導を行っている。収穫のための大型機械は同社が準備している。このため、大規模生産者は面積契約を選択することが多い。ただし、病害虫の発生や雑草混入の状況等により、加減算することも定めている。

一方、手作業体系の重量契約は、作付面積が限られる個人農家との契約が多い。収量をあげて出荷するタイプであるが、従来から宮崎県における契約タイプとして普及してきた経緯がある。

いずれの契約形態でもコスト削減のために工場への搬入はコンテナ（機械収穫の場合は網コンテナ、手作業収穫の場合はプラスチックコンテナ）を使用している。

(2) 技術指導の充実

契約生産者にきめ細かく指導するために、同社社員としてフィールドコーディネーターを5名配置している。フィールドコーディネーターは、すべての圃場を毎週1

回以上訪問し、生育状況の把握や除草、防除や収穫時期等を生産者に指導している。面積契約の場合、同社が収穫のタイミングを決めるが、フィールドコーディネーターが撮影した圃場写真で生育状況をみながら、工場の操業を平準化させるように本部が収穫指示を出している。

(3) 安全・安心対策

ハウレンソウを例にとると、国産の生鮮ハウレンソウは価格変動が大きく、とくに夏場は高値になる。一方、輸入品は冷凍ハウレンソウの大半を占め、低価格で周年安定して国内供給できているが、残留農薬問題など安全面で課題がある。学校給食や病院給食等の業務用を中心に、安全で、安定した価格で、安定的に調達できる国産の冷凍ハウレンソウの需要は少なくない。安全・安心な冷凍野菜であることが同社製品と輸入品の差別化のポイントになっている。

同社では、トレーサビリティについては、フィールドコーディネーターが巡回して播種、施肥、農薬使用等の肥培管理情報を収集し、パソコンに入力している。それを同社本部で集約し、取引先からの要望に応じていつでも提出できる状態になっている。

また、全ての契約圃場に、播種日や肥培管理を記載した標識を設置している。

加えて、原料野菜と製品の両方について宮崎経済連の農畜産物総合検査センターで残留農薬検査を行っている。また、細菌検査等も工場内の検査場で毎日行っている。いずれも短時間で検査結果を得られるた

め、万が一検出されてもそれが出荷されず、トレースバックも容易に行える仕組みとなっている。

(4) 工場の操業度を高める工夫

当然のことであるが、生産者から安定した価格で原料を仕入れ、製品を実需者に安定的に供給するには、工場が安定した操業を続けることが前提となる。同社では、年間を通じて高い操業度を維持することを目的として、安定的な原料調達のために、自社生産と端境期対策を行っている。

自社生産については、冬場は生育が遅く、契約生産者からの調達が不足する可能性がある。それを補うために、同社は農業生産法人の資格を取得し、5haの借地でハウレンソウとサトイモを生産している。

また、ハウレンソウ（11月下旬～4月）とサトイモ（8月中下旬～11月中旬）が主力であるが、端境期対策として、5～8月はカラピーマンやオクラの冷凍加工を行う計画である。

(5) 県経済連が実施する意義

県経済連が冷凍野菜事業に取り組むことにより次のようなメリットがあると考えられる。

1つめは、大規模工場であるために多額の設備投資資金や運転資金が必要となり、単位JAでは実現が難しいところを、JAグループ宮崎として補完できる点である。

2つめは、県域から集荷できるため、安定的に原料調達できることである。主力の

ハウレンソウとサトイモはもとより、端境期にも加工原料を調達できる。

4 JA全農による産地リレー

JA全農では、東日本園芸農産事業所が窓口を担っていたが、本（2012）年2月に本所に新たに専門部署を立ち上げて、加工・業務用需要における国産農産物のシェア拡大に向けて産地育成と販売を強化した。ここでは、JA全農がコーディネートする取組みについてみてみたい。

(1) JAグループの連携を通じた加工・業務用の産地育成

JA全農では、実需者からの要望を受けて、品目・産地ごとに10a当たり収益モデルを作成し、経済連、県JA、全農県本部に提案し、加工・業務用の専用産地の開発に取り組んでいる。現在、各県で取組みを進めているが、生産者は、新規に作付けるか、あるいは面積を拡大する形で対応している。

収益モデルの基本的な考え方は、家計消費費用に比べて加工・業務用では1個当たり単価は低いものの、反収を増やすことで面積当たりの収益を確保するというものである。加えて、バラ詰めコンテナ出荷により、選果作業と梱包作業を軽減し、生産コストを抑制する。

(2) 生産支援体制

新しい産地を育成するために、JA全農では販売部門（園芸農産部）と営農部門（営農

販売企画部、営農・技術センター、生産資材部）が連携し生産支援を行っている。

地域、作型、加工用途によって適した品種は異なる。品種の選択は、用途別のニーズに対応するためにも、出荷の確実性を高めるためにも重要である。品種の選定にあたっては、営農・技術センターにおける品種特性についての調査と試験栽培によるデータを基にしている。

また、規模拡大には播種・収穫作業等の軽減が必要となる。高額だが使用日数が短い農機を生産者が単独で導入するよりも、共同（広域）で利用する方が効率的である。JA全農の生産資材部では、農作業の効率化と生産コストの抑制に向け、農機の広域レンタル事業を試験的に行っている。これにより、生産者は低コストで農機を利用することができ、また、JA全農は広域でのレンタル事業で長期間稼働させることにより農機の採算性を高めることができる。

(3) 安定供給対策

また、JA全農では、安定供給のために次のような対策をとっている。

a 産地との契約取引による買取販売

播種前の契約段階で産地ごとに栽培管理簿を作成し、計画的生産を推進している。栽培管理簿をもとに単位JAが指導を行い、一時期への出荷の集中を避けるようにしている。

b 産地リレーによる周年供給体制の確立

重点品目（タマネギ、キャベツ、バレイシヨ、ニンジン、長ネギ）を中心に、各県と連携し、加工・業務用野菜の産地リレーによる周年安定供給体制の強化・拡大に取り組んでいる。

(4) JA全農がコーディネートする意義

加工・業務用需要への対応において、単位JAや県段階の取組みを全国段階でコーディネートすることには次のような意義があると考えられる。

1つめは、安定供給のために、同じ時期に複数産地が生産し供給する体制が可能である。

2つめは、周年での産地リレーをコーディネートすることにより、取引先にとっては1つの取引窓口で年間切れ目なく調達できるメリットがある。

加えて生産振興策として、適種開発および生産・流通に係わるインフラ等の整備による生産コストの低減があげられる。

このような取組みを通じてJA全農は、国産の安定供給により、加工・業務用野菜における輸入野菜から国産野菜への切り替えの強化・拡大を進めている。

5 野菜販売における連合組織の流通機能

最後に、加工・業務用需要への対応における連合組織の流通機能について、卸売市場への無条件委託販売の場合を踏まえて整

理する。

(1) 卸売市場への無条件委託販売における連合組織の流通機能

まず、卸売市場での無条件委託販売における連合組織の流通機能をみてみたい。基本的には、価格形成、および実需者への販売と代金回収は卸売市場関係者が担当する。一方、JAグループ内では、地域や品目によって違いはあるが、県単位の共販について極めて大雑把にいうと、経済連・全農県本部は、単位JAの生産振興を支援しつつ、卸売市場の情報収集・分析とそれに基づく分荷業務や単位JA間の調整、つまり卸売市場への対応を中心的に行っている^(注3)。

枝(2007)により栃木県のケースをみると、栃木県では高い系統共販率という強みを生かすために、県単位で共販を行っている。単位JAの主な役割は、生産振興(生産計画の策定、産地育成、技術指導)、生産組織(生産部会)の運営、集荷、およびJA管内での販売というように、生産にかかわる機能が中心である。一方、全農栃木県本部の役割は、県全体の販売戦略を策定し、卸売市場への分荷業務を担う。加えて、代金決済や債権管理、消費宣伝、野菜価格安定事業の事務も行っている。

ちなみに、全農栃木県本部では直販事業にも取り組んでおり、上記分担関係を基本に、商品の企画・提案を単位JAと全農栃木県本部が共同で行い、取引先との商談は全農栃木県本部の担当となっている。

(注3) 単位JAの広域合併が進み、ロットが確保で

きる品目では単位JAが分荷を行っている場合もある。

(2) 事例にみる加工・業務用需要への対応における連合組織の流通機能

一方、加工・業務用需要への対応において、事例に示した連合組織の取組内容は、地域の特性に応じて違いはあるものの、地理的な広域性と職員の専門性の強みを生かしつつ、多様な流通機能を果たしている点で共通している。

a 加工・業務用取引における流通機能

加工・業務用取引における流通機能の1つめは、安定供給にかかる機能である。実需者との契約取引において、連合組織は契約主体として買取集荷によるリスクを負い、加えて冷凍加工事業では事業主体として経営リスクを負っている。集荷範囲が広域であることと、蓄積したノウハウに基づいて安定調達、安定供給のための対策を講じることで、天候変動によるリスクを吸収している。

2つめは、ワンストップ機能である。実需者にとっては1つの窓口で、複数の産地のリレーによる周年調達と多様な品目の品ぞろえが可能となっている。

b 新たな産地育成のための営農支援

ここでは、前述した加工・業務用需要に対応した新たな産地育成のための営農支援に焦点を当てて連合組織の役割をまとめる。

加工・業務用需要に対応した低コスト生産の経営モデルでは、規模拡大と、生産・

流通にかかるコスト削減が重要となる。規模拡大については、契約取引により通年での雇用労力を可能とし、農機の広域レンタル事業により機械化を促進している。また、省力化とコスト削減のために、コンテナ出荷としている。

さらに、用途に応じた品質・規格を確保するために営農指導に注力しており、連合組織は人員を配置して、技術面を含めて営農指導を充実させている。この背景には、近年、全国的に単位JAの営農指導員や県農業普及機関の普及指導員が減少傾向であることも少なからず影響しているとみられる。

c 機能実現の源泉

これらの機能を実現している源泉として、連合組織の業務範囲の地理的広域性と職員の高い専門性があげられる。

連合組織では、業務範囲が広域であるため、複数産地を組み合わせることにより、供給の安定性を高めたり、作型を分散させて農機や施設の稼働率を高めることができる。加えて、連合組織の場合、1つの取引窓口で、品目や栽培方法で多様な品ぞろえを提供でき、また産地リレーにより周年供給しやすくなる。

さらに、総合事業を営む単位JAにおいては、3年程度の短い周期で、販売部門から業務内容が大きく異なる他の部門に人事異動するケースが少なくない。連合組織の場合には、異動の幅は比較的小さいため、ノウハウを蓄積しやすく、職員の専門性を高めることが可能となっていると考えられる。

おわりに

本稿では、JAグループ経済事業における環境変化に対応した農産物販売力の強化について、加工・業務用需要への対応を中心に連合組織の機能に焦点を当てて報告した。

野菜消費において拡大傾向にある加工・業務用需要では、輸入の割合が3割を占めている。一方、06年のJAの仕向先に占める加工業者の割合は2割強にすぎない。加工・業務用需要への対応を強化するには、ニーズに応じた新たな産地育成や、流通機能を多様化する必要がある。そのために、単位JA－県段階－全国段階の綿密な協力はもちろん、組織内部の販売部門と営農関連部門との連携、さらに生産者の規模拡大のための金融面での支援も必要になろう。事業間連携を含めて、JAグループの総力をあげた取組みが求められているといえよう。

<参考文献>

- ・青山浩子(2006)「契約取引において、今、産地が求められているもの」農畜産業振興機構『野菜情報』2006年12月号, 18～26ページ
- ・枝啓司(2007)「全農栃木県本部の園芸販売, その事業活動と課題」『協同組合経営研究誌にじ』No.620, 40～52ページ
- ・香月敏孝(2005)『野菜作農業の展開過程』農山漁村文化協会
- ・小林茂典(2006)「野菜の用途別需要の動向と国内産地の対応課題」『農林水産政策研究』第11号, 1～27ページ
- ・小林茂典(2012)「野菜の用途別需要の動向と対応課題」2012年3月6日開催農林水産政策研究所研究成果報告会資料

- ・斎藤修(2001)「青果物のフードシステムにおける主体間関係とコーディネーターの役割」高橋正郎編著『野菜のフードシステム』農林統計協会, 293～335ページ
- ・全農(2009)『野菜づくりとくるまづくり 出逢いの風景』家の光出版総合サービス
- ・全農営農・技術センター(2011)「生産と販売をつなぐ農産物商品育成室の取り組み」全農『グリーンレポート』No.505, 2～3ページ
- ・全農茨城県本部園芸部東京VFステーション(2010)「青果物直販事業の拡大と加工用長なすの契約取引」全農『グリーンレポート』No.494, 2～3ページ
- ・野崎和美(2010)「直販強化へ体制整備」全中『月刊JA』2010年4月号, 25～28ページ
- ・農畜産業振興機構(2010)「JA常総ひかり長茄子倶楽部・全農茨城県本部園芸部東京VFS・(株)マルハチの取り組み事例」農畜産業振興機構『野菜情報』2010年8月号, 18～26ページ
- ・農畜産業振興機構(2010)「野菜の契約取引の実態に関する調査結果の概要について」農畜産業振興機構『野菜情報』2010年9月号, 22～25ページ
- ・農林水産省(2007)「農業生産法人以外の法人の農業参入の状況」
- ・農林水産省(2008)「加工・業務用野菜の取扱いに関する意識・意向調査結果」
- ・農林水産省(2011)「2010年世界農林業センサス報告書」
- ・農林水産省(2012)「一般法人の農業参入について(平成23年12月末現在)」
- ・藤島廣二(2005)「野菜の輸入増による自給率の低下とその対策のあり方」農畜産業振興機構『野菜情報』2005年08月号, 8～12ページ
- ・藤島廣二・小林茂典(2008)『業務・加工用野菜一売れる品質・規格と産地事例一』農山漁村文化協会
- ・藤谷築次(1974)「協同組合の適正規模と連合組織の役割」農業育成研修センター編『農協運動の理論的基礎』家の光協会, 315～366ページ
- ・藤谷築次(1987)「協同組合における連合会機能」日本協同組合学会編集『協同組合研究』第6巻第2号, 3～8ページ
- ・吉田由美・加藤なづき(2007)「宮崎県における冷凍ほうれんそう生産の概要とJAグループ宮崎の取り組み」農畜産業振興機構『野菜情報』2007年10月号, 13～23ページ

(おだか めぐみ)