食品リサイクル事業に取り組む あいち海部農協エコ部会

主事研究員　尾高恵美

第24回ＪＡ全国大会で決議されたように、組合員の高齢化の進行や農協離れがみられるなかで、農協の基盤である組合員組織の活性化が喫緊の課題となっている。このような課題解決の参考とするために、当総研では、組合員組織のうち、集落組織、青年部、生産部会、資産管理部会を取り上げて現地調査を行い、その内容を「組合員組織シリーズ」として本誌で順次報告していく。

今回は生産部会について、食品リサイクル事業に取り組む愛知県のあいち海部農協エコ部会（以下「エコ部会」）を紹介する。エコ部会の取組みは、卸売市場を介さずに量販店の専用コーナーに出荷するという点では、インショップに近いともいえる。加えて、関係者の協力の下に、大手量販店が排出した食品残渣物等から製造した堆肥を使用して、部会員が生産した野菜をその大手量販店に出荷することにより、環境に配慮した商品として付加価値を高めている点が特徴である。

１　農協と管内の概要

当農協は2007年４月に２組合が合併して設立された。06年度末時点の２組合の合算で、組合員は12千人、うち正組合員は８千人である。また農産物販売・取扱高は78億円である。

管内は、愛知県西部の津島市、愛西市、弥富市、蟹江町、飛島村の３市１町１村である。木曽川下流に形成された平坦なデルタ地帯であり、木曽川流域での稲作のほか、レンコンをはじめとする多品目の野菜生産も盛んである。また、管内は名古屋市のベッドタウンとして22万人の人口を抱える消費地であり、直売所の売上げが多い。当農協が運営する直売所の06年度の売上高は約10億円で、うち６億円弱が地元生産者の出荷品である。直売所の生産部会には521人が加入している。

２　エコ部会による食品リサイクルの取組み

食品リサイクル事業（以下「本事業」）の概略をみると、まず東海地方を中心に小売チェーンを展開する大手量販店の店舗で排出した食品残渣物を堆肥化する。これに牛糞堆肥を混合して食品残渣混合家畜糞堆肥を製造し、部会員の圃場に施用する。そこで生産した野菜（48品目）をその大手量販店が買い取り、大手量販店の販売店舗のエコ部会専用コーナーで販売するというものである。部会員にとっては直売所に比べて、売れ残りのリスクがなく、収入が安定するというメリットがある。

愛知県経済連が本事業の仕組みを考案し、関係者をコーディネートして進めてきた。その内容は、大手量販店に残渣物の分別方法を示し、堆肥製造業者に農業で使用可能な堆肥成分を指導し、実験圃場で試験栽培を行い、さらに部会員と消費者との交流会をサポートするというものである。

３　生産部会を設立して事業の継続性を確保

エコ部会の部会員は、本事業に取り組む前、当農協（当時の海部農協）の直売所の生産部会に加入し、直売所を中心に販売を行っていた。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

04年に当農協が、愛知県経済連から本事業の提案を受け、直売所の生産部会員を対象に参加者を募集し、取組みを始めた。同年11月より大手量販店の店舗（１店舗）で販売を開始した。丸２年が経過した06年12月に、直売所の生産部会とは別に、出荷者17人でエコ部会を設立した。その後大手量販店の販売店舗が５店舗に増え、農協に販売ノウハウが蓄積されるなど事業がある程度軌道に乗ってきた。そこで事業の継続性を確保するために、生産部会を設立して専用コーナーへの出荷に対する責任感を醸成し、部会員同士で補い合う体制を構築することとした。

直売所に出荷する場合、生産者は個々の判断で出荷する品目を選択できる。例えば、今年出荷した品目を来年は出荷しなくてもとくに問題にはならない。しかし本事業では、大手量販店の販売店舗にエコ部会の専用コーナーが設けられている。このため、それまである品目を担当していた生産者が出荷を取りやめた場合には、他の部会員が補わなければ専用コーナーの品揃えが不十分となってしまう。部会員同士の協力によってこのような事態を回避することが部会設立の大きな理由である。

４　販売促進を中心に部会活動を展開

当部会は、設立して間もないが、大手量販店の店頭での生産者による販売促進と、消費者との交流会を中心に部会活動を行っている。

店頭での生産者による販売促進活動は年に２回行っている。消費者と接することにより、「悪いものは出せない」と生産者が意識するようになってきたとのことである。これらの活動も、本事業への消費者の理解を促し、生産者の品質向上意欲を高めることにより、本事業の円滑な運営に寄与している。

部会長(左)と部会事務局担当の農協職員

５　エコ部会に対する農協の支援

当農協は、生産部会の事務局を務め、農産物販売を中心にエコ部会を支援している。

とくに販売面では、価格交渉だけではなく、店頭での生産者による販売促進や消費者との交流会の設営を行ったり、専用コーナーの品揃えを充実させるために、販売店舗でのニーズを考慮して、部会員に作付けする品目を指導している。農協が量販店の店舗のニーズを直接とらえて生産に反映させたり、直接価格交渉することは、これまでの卸売市場への無条件委託を中心とする農協の販売事業の方式とは異なるものといえる。

エコ部会の取組みは、関係者が協力して築き上げた食品リサイクル事業の仕組みのなかで、それまで直売所を中心に出荷していた生産者に対して、量販店という安定した販売チャネルを開拓し、生産部会を設立して事業の継続性を高めている事例として注目される。

（おだか　めぐみ）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。