

TACに位置付けてJA営農指導員の潜在力を引き出す ——愛媛県JAうまにおけるサトイモの生産振興とマーケティングを中心に——

主任研究員 尾高恵美

1 はじめに

産地に密着した営農指導員は、ほかにはないJA特有の資源である。しかし、現実には兼務や行政対応が多く、指導業務に専念することが難しい場合が少なくない。愛媛県のJAうまは、出向く営農経済職員を「アグリアドバイザー^(注)」として位置付けることにより、営農指導員の潜在力を引き出すことに成功している。ここでは、JAうまの主力品目であるサトイモに注目して、アグリアドバイザーの業務体制と取組内容を紹介する。

2 JAの概要

JAうまは、旧宇摩郡の四国中央市と新居浜市別子山地区を管内としている。組合員数は1万3,449人で、うち正組合員は5,327人である(10年度末)。管内は製紙業を中心に兼業機会が多く、総農家3,039戸のうち販売農家は約半数である。販売農家のうち専業農家は33.9%を占めており、サトイモを中心に野菜生産と、採卵鶏を中心に畜産が盛んである。

地域では日本三大局地風の一つ「やまじ風」という、屋根瓦を吹き飛ばすほどの強風が吹く。サトイモは、このような気象条件に適した品目として約400年前から栽培されてきた。JAうま管内が大宗を占める愛媛県の10年産サトイモ出荷量は全国第9位(農林水産省「野菜生産出荷統計」)であるが、10年の大阪府中央卸売市場における同県産取扱量は第1位となっている(大阪府ウェブサイト)。

3 合併後、JA利用低下への対応が課題に

当JAは、08年4月にアグリアドバイザー6名を本所に配置した。地区別に分担して、認

定農業者をはじめ775戸を訪問している。

アグリアドバイザーを配置した背景には、JAの広域合併後に、組合員である生産者との関係が希薄化したことへの反省がある。03年の最終合併後、各支所の経済センターを5か所に統合した。コスト削減等プラスの効果もあったが、生産者に「合併で遠のいてしまった」という印象を与え、JA利用の低下を招くマイナス面も小さくなかった。

4 生産者に出向く人材と体制

そこで、生産者との関係を作り直すために、当JAは、販売担当の経験があり、とくに高い技術をもつ営農指導員を中心にアグリアドバイザーに任命して、次のように業務体制を整えた。

1つめは、アグリアドバイザーに任命された職員については、兼務を削減し、生産資材の推進目標をなくしたことである。以前の営農指導員は、農産物販売や生産資材の推進だけでなく、灯油の配達など関連性の低い業務を含めて兼務が多く、営農指導に専念できない状況にあった。

兼務と推進目標を削減したことによって、従来からの生産者に集まってもらう栽培講習会に加えて、圃場で個別指導することが可能になった。天候変動等に合わせてタイムリーにアドバイスをすることができる。

2つめは、アグリアドバイザーを1か所に集約したことである。1か所に集約したことにより、アグリアドバイザー同士のヨコの関係ができ、チームとして生産者に対応する体制ができた。各アグリアドバイザーは、担当する地区で専門の作物を中心に指導する。担

当地区の生産者から専門外の作物について相談を受けた場合にも、その品目を担当するアグリアドバイザーにすぐに引き継いで対応することが可能になった。

3つめは、TACの活動をサポートするために全農が開発したパソコン上のシステム(TACシステム)の活用である。主な機能は情報の入力、蓄積や交換であり、プロセスや目標の管理に役立ち、JA内で活動記録を共有したり、他JAのTACとも情報を交換することができる。

当JAの場合、アグリアドバイザーは、TACシステムの日誌に、活動内容を毎日記録する。組合長や営農担当役員も活動記録を閲覧できるため、生産者からの要望に役員を含めて迅速に対応することが可能となっている。

このように体制とツールを整えたものの、当初は、アグリアドバイザーが生産者を訪問しても受けるのは苦言ばかりという日が続いた。訪問を繰り返し、少しずつ要望や相談を受けるようになり、迅速な対応と適切な個別指導を重ねた結果、生産者との距離が徐々に縮まり、成果が表れ始めた。サトイモ生産においては、従来の品種から優良品種愛媛農試V2号(全農愛媛県本部の登録商標は「伊予美人」)への切り替えや、省力化によって規模拡大につながる全期マルチ栽培の普及にも、アグリアドバイザーの活動は大きく貢献した。その結果、サトイモ生産は徐々に拡大した。次の課題は、それをいかに販売するかである。

5 消費者ニーズを営農指導に生かす

10、11年度には、サトイモに関する消費者

(注)担い手に出向くJA担当者の全国統一愛称はTACと呼ばれる。当JAのアグリアドバイザーのように、独自に愛称をつけているJAもある。2012年3月末で、TACを配置しているJAは293組合、TAC数は1,593名となっている。TACを全農の全国本部や県本部の担い手担当部署が後方支援する。



伊予美人の試食宣伝とアンケート

ニーズの的確な把握と、伊予美人ブランドの宣伝のために、アグリアドバイザーが中心となり、試食宣伝会を行った。主たる販路である関西圏の生協や量販店で、地元の伝統料理いも炊きやサトイモコロッケの試食と、サイズ等の好みについてアンケートを行うというものである(写真)。

アグリアドバイザーが直接把握した消費者ニーズは、生産者にフィードバックされ、例えば、売れ筋のサイズをより多く収穫するための栽培指導に生かされている。

伊予美人は、全農愛媛県本部が登録した愛媛農試V2号という品種の商標である。この品種の大きな特徴は、出荷期間が9月中旬から5月初旬までと長いことである。小売側にとっては、産地をリレーさせずに、同一産地から長期間仕入れることができる。産地の思いを直接消費者に伝え、伊予美人ブランドが浸透することによって、繰り返し購入するリピート効果を期待できる。

6 おわりに

当JAのアグリアドバイザーの取組みは、営農指導員の業務体制を見直すことにより、生産者との距離を縮め、さらに営農指導を核に活動の幅を広げて業務内容を高度化できること、TACはそのための一つの有効な仕組みであることを示唆している。

(おだか めぐみ)