

JA人づくり研究会通信

2010 12 | DECEMBER 第9号



CONTENTS

- 農業の6次産業化で地域を興す …… 1
- 特集・JA人づくり研究会
第9回研究会
 - ・代表レポート
JA人づくり研究会代表 今村奈良臣氏 …… 2
 - ・実践報告1
農畜産物直販ネットワークの構築と
JAの取り組み
熊本・JAあしきた 総合直販部部长
本山優蔵氏 …… 3
 - ・実践報告2
組合員リーダー育成と地域農業の
復権への取り組み
長野・一般社団法人 信州きのごマイスター
協会理事長 (前JA中野市常務)
前澤憲雄氏 …… 4
 - ・実践報告3
ブランド確立のためのトップセールスと
職員育成の取り組み
北海道・JA中札内 組合長
山本勝博氏 …… 5
 - ・実践報告4
地域興しに欠かせない女性パワーの
活用とその方法
広島・広島世羅高原6次産業ネットワーク
コーディネーター 後由美子氏 …… 6
 - ・実践報告へのコメント
宇都宮大学教授 守友裕一氏 …… 7
 - ・総論討議のポイント …… 8
- JA人づくり研究会
第10回研究会のご案内 …… 12

農業の6次産業化で地域を興す

第8回人づくり研究会では、客観的に見たJAの人材育成やJAの現状に対する意見、厚生事業とJAの役割、若い農業経営者動向、農村コミュニティの現状などについて問題提起がなされました。そして、協同組合理念を再確認した上で、地域おこしをすすめるための人材育成の必要性が確認されました。

第9回研究会では、「農業の6次産業化で地域を興す」をテーマに設定しました。地域興しに取り組む人材をいかに増やすか、地域づくり、組織づくり、人づくりのあり方を探りました。4つの実践報告をもとに活発な討議を行いました。JAが地域興しの核として機能する必要がある、ネットワークづくり・組織づくり、さらに、そのための人づくりのために、トップがリーダーシップを発揮すべきことなどが確認されました。

特集 JA人づくり研究会

代表レポート

「6次産業化には人材が必要」

JA人づくり研究会代表 今村奈良臣 氏



今回は「農業の6次産業化で地域を興す—人材をいかに増やすか—」をテーマに開くことになりました。

さて、「第9回人づくり研究会のテーマ設定の背景と若干の解題」についてお話しさせていただきます。ご承知のように、民主党政権は、昨年の選挙のマニフェストを掲げ、「農業6次産業化法案」を出そうとしています。すでに、私は16年前に農業の6次産業化を推進しようと全国に呼びかけました。なぜ、考えたか、話させていただきます。

私の出身は大分県です。大分県の平松守彦前知事の後輩ですから、おおいに農業平成塾を25年前に始め、6年間、塾長をやりました。6次産業化は、大分県の大山町農協を調べている時に課題を発見し

ました。日本で最初と思いますが、木の花ガルテンという直売所をつくりました。これが賑わって、高速道路ができれば、福岡、北九州から人が来るようになりました。調査から、1次産業+2次産業+3次産業=6次産業を考えました。ちょっと経ってから、バブル最盛期で、土地を売れば金になるという風潮があり、足し算では駄目、掛け算にして農業がなくなれば0となることを、13年前に警鐘を鳴らすつもりで出しました。これからは、農協が6次産業化を進める方向で頑張っていたいただきたい。しかし、相当人材が必要なことを頭に入れながら、やっていただかなければならない。

それから女性パワー。人づくり研究会に女性が来ないのです。女性の役割、重要性を考えなくては

ならない。例えば、女性店長の農産物直売所は素晴らしい活動をしているのです。農協職員の店長はだいたい駄目。10月14日、農産物直売サミットを長野県松本市の安曇野市でやります。参加者は今年も600人を超え、3分の2が女性ですが本当に優れているのです。それは、生産者と同時に、消費者であり、それを結び付ける役割を、直売所の女性が担っているからです。これからの農協は、もっと正組合員の女性を増やさないと駄目だと思うのです

本日お配りした資料の後に、「地域興しへの私の10の提言」を書いています。10の提言は、今日お来しの皆さん方と共通するテーマと考えております。そういうことも含めて、ぜひ、有意義な研究会にさせていただきたいと思います。

第9回研究会 プログラム

JA人づくり研究会は10月8日、東京都千代田区のJAビルで、「農業の6次産業化で地域を興す—人材をいかに増やすか—」をテーマに、第9回研究会を開きました。JA・連合会の役職員ら70人が参加しました。第8回研究会で研究した「地域を興す人材の創造」を踏まえ、実際に地域興しに取り組むJAやリーダーの報告を聞き、相互討議の中では、地域づくり、組織づくり、人づくりの重要性を再認識しました。

【日時】平成22年10月8日(金)10時30分～

【会場】JAビル(36階大会議室)

第1日

【開会】

【代表レポート】

○JA人づくり研究会代表 今村奈良臣 氏

【実践報告】

- 農畜産物直販ネットワークの構築とJAの取り組み
熊本・JAあしきた 総合直販部部长 本山優蔵 氏
- 組合員リーダー育成と地域農業の復権への取り組み
長野・一般社団法人 信州きのこマイスター協会理事
長(前JA中野市常務) 前澤憲雄 氏
- ブランド確立のためのトップセールスと職員育成の取り組み

北海道・JA中札内 組合長 山本勝博 氏

- 地域興しに欠かせない女性パワーの活用とその方法
広島・広島世羅高原6次産業ネットワーク コーディ
ネーター 後由美子 氏

【実践報告へのコメント】

宇都宮大学教授 守友裕一 氏

【総合討議】

- 職員育成の重要性

【閉会】

特集 JA人づくり研究会

実践報告 1

「農畜産物直販ネットワークの構築とJAの取り組み」

JAあしきた 総合直販部 部長 本山優蔵 氏



旬の農産物生産に力

JAは、熊本県の一番南に位置する県の中で一番小さいJAです。組合員数は、正、准組合員を合わせ約1万弱で、日本一の甘夏みかん、デコポンなど果樹や「サラたまちゃん」というタマネギが特産です。

農産加工品の生産は、昭和25年から始まり平成19年までJAMark入り商品の麺類を製造販売しておりました。その麺の製造販売、営業活動などが、農商工連携の原型と感じています。つまり、6次産業化なり農商工連携化は、すでに行われていたものです。

JAあしきたの取り組みは、一つ目は、農産物の栽培体系や販売規格内容の見直しです。加工品への専用の生産です。促成栽培だけでなく普通栽培の生産を強化しています。これは、旬の一番いい時期に、収量の安定を維持し消費者に販売していく。あるいは、加工品に回すといった体制に変えています。つまり、旬の農産物生産への取り組みです。

2つ目は、生産体系の新たな取り組みです。今年4月に「株式会社それいゆアグリ」を設立しました。生産から販売まで事業を行おうと、農地の保全、担い手の育成、雇用の展開等を含め活動しています。また、農業モデル事業（食物工場等）も計画しています。

協議会で商品開発

その中で、JAは「JAあしきた農産物直販ネットワーク協議会」を立ち上げています。組合長が九州食料産業クラスター連絡協議会の委員をやっていた関係上、色々な商品を開発すれば、さらに豪華な商品が開発できると考え始めました。現在、会員は120社ぐらいです。メンバーは、役人、研究機関、大学、県内のJAグループ、関係企業、お菓子屋、調味料屋、マスコミ、企画会社等、様々あります。JAの商品は、協議会のメンバーが競い、協議しながら開発しています。特産のゼリー、調味料、ドレッシング、ジャム、アイスなどを作っていますが、JAで470アイテムぐらいの商品があります。特産の甘夏やデコポンなどは70種類ぐらいあります。

また、特殊な連携商品としては、平成20年にJAの開発担当が提案して、商品化された「熊本彩果」というゼリーの組み合わせです。商品を全国展開するため、県内各JAの一押しの特産品を使ったゼリーの詰め合わせで、熊本を巡られる菓子として開発しました。

2008年からモンドセレクションに出品しています。今年も、「デコポンジュレ」が銀賞、「でこぼんリキュール」が金賞をいただきました。モンドセレクションに出品することで、商品にプレミアムが付くので、毎年出品しています。

販売先の多選化とマーケティング

販売先の多選化とマーケティングも重要です。青果市場内のアンテナショップを展開しています。毎年、東京、関東方面を中心に、市場内への加工品の宣伝会を、バイヤーらと真剣にやっております。

インターネット、ダイレクトメール、TVショッピングなどの販売も手がけています。北海道から沖縄まで、JAの会員は2万人いて、口コミで、徐々に増えています。

昨年4月、「ファーマーズマーケットでこぼん」をオープンしました。これは、農商工連携ともかわります。商品は、地元の農林水産物や加工品が中心ですが、他の1次産業や、県内のJAなどとの連携で、農畜産物なり、加工品の販売も行っています。

ファーマーズマーケットは、直販機能の拡充にもつながります。ファーマーズマーケット会員は、DM会員として登録。ファンの取り込みのためポイントカードを作りました。この間、ポイントカードのお客と、一般のお客と客単価を調べたところ、500円以上カード会員が高いことに気づきました。現在2万人の会員がいます。オープン1年で、売り上げは8億3,300万円に上りました。来場者も1年間で250万人近く来られています。

実践報告 2

「ブランド確立のためのトップセールスと
職員育成の取り組み」

JA中札内 組合長 山本勝博 氏



大変な農協

組合長になって9年間の出来事、農協の農畜産物の販売戦略など自負を持って簡潔に説明をさせていただきます。

組合長になる前の農協は非常に大変でした。労働組合が強く、仕事はしない、賃金は上げろ、12月には赤腕章を下げてワッセワッセの団体交渉でした。組合長を受けた次の日、全職員を集めて「茶髪を直せ」と言いました。当時は、女子職員の8割以上が茶髪で、男子職員の事務職はネクタイを締めず「何で農協職員がネクタイしなきゃならないのだ」と食ってかかりました。私は「じゃあ、冠婚葬祭になぜネクタイを締めて行くか言ってみろ」と言ったのです。9年経って、茶髪やノーネクタイは1人もいません。

一番びっくりしたのは、170戸の小さな農協で、毎年2,500万円の残業手当が発生していました。改善しなければと思い、1年目に1,100万円ほどに減らしました。ところが、2年目に労働基準監督所が「サービス残業をやらせている。調査したい」と言うのです。話を聞いたところ、女性から3回続けて電話があったそうです。ただ、ここでひるんだら職員ペースと思い、全職員を集めて「5時になったら帰ってくれ。私は罰金でも懲役刑を食らってもいい。残業手当は、やめるというのではなく

て、原則としてないようにしたい」と、がっちり話させてもらいました。5～6年経ちますが、残業手当はゼロです。ただ、年末の手当を公平に払っています。そうすると、ほとんどの職員が納得するのです。

ブランド化に努力

北海道には15の村がありますが、その一つが中札内村。人口がたった4,100人の小さな村です。基幹産業は農業です。去年の生産高は100億9,200万で、畜産と畑作で半分半分です。畜産は、酪農、養豚、養鶏、ブロイラーが50億円ちょっと。畑作は小麦、ビート、でんげん馬鈴薯、雑豆。枝豆が一気に生産高が上がり大変喜んでいました。

中札内村は、枝豆をブランド化したいと日夜、努力をしております。平成5年度に3億3,000万円をかけ枝豆工場を新築しましたが、平成16年度まで1年もプラスがない事業でした。赤字を検証した結果、味は高い評価でしたが、売るところがなかったのです。そこで「これを解消すれば、事業は一気に黒字になる」と判断しました。柔道を通じて知り合った仲間の年賀状を頼って徹底的にやりました。年間30回は東京に行ったでしょうか。そうすると必ず「俺の後輩があそこにいるから行きなさい」と、だんだん拡大しました。

トップセールスは当たり前

トップセールスとよく言われますが、私は当たり前のことをやっていると思っています。ある日、札幌のスーパーに置きたいとの話で、枝豆を発泡に入れて、ドライアイスを入れ、汽車に乗って、3時間半かけて、社長に会いました。そのスーパーは、野菜も仕入れ、色々な農協に行くそうです。しかし、どこに行っても「取引したい」と言うと、組合長は「あそこの農産部に行け」というそうです。「あなたのように汽車に乗って枝豆を持って、食べてみてください」と言う人は一人も見つかりません。その姿勢に俺は惚れた」と言うのです。やはり、組合長が行けば、「ちょっと店に置いてみようか、よかったら今後も頼む」なのです。こんな簡単なことをしない組合長はおかしいと思いませんか。

今、全国の32府県の学校給食の食材で枝豆を出しています。枝豆は液体窒素を使って特殊な加工をしています。収穫から加工まで3時間で出来てしまうので、畑の色と、畑の味が残っていると大変好評をいただいております。

特集 JA人づくり研究会

実践報告3

「組合員リーダー育成と地域農業の復権への取り組み」

信州きのこマイスター協会 理事長 前澤憲雄 氏



販売できるJAを意識

今年の5月まで6年間JA中野市の常務を務め、それ以前の35年間はJA中野市職員でした。職員時代は貯金、営農、生活の担当を経験し、経済担当常務となりました。JAの常務を務めながら、地域の職業訓練センターの組織を通じてきのこマイスター制度の取り組みを始め、今年6月、一般社団法人信州きのこマイスター協会を設立しました。

JA中野市は合併して今年46年。歴史を一口で語るなら、「つくる農協から売る農協へ」です。特にやってきたのは宣伝活動で、特にエノキダケでは大変でした。野生のエノキダケは、ナメコとほぼ同じ色で足が短い。しかし、栽培したエノキダケは野生のエノキダケと違う形状のため、市場の方は「これは毒キノコじゃないか」と言った。ここからスタートしたので、商品の特徴付けて説明する大事さを知りました。デパートなどで鍋物商材に提案をしたり、南極の越冬隊に南極で栽培してもらったりと、できるだけ新聞紙上で話題になるようにしました。

JA結集へ明確な目標

もともとエノキダケは初冬に発生します。当地域は冬になると農作物の収穫が一切できないので、「出稼ぎのない生活を」と始まっ

たエノキダケ栽培は、多くの失敗を重ねながら技術革新していきました。

当JAは、平成11年から200億円を切り、平成15年には158億円まで減少しました。そこで、200億円販売再構築というスローガンを掲げ、キノコと多彩な園芸品目の柱を両方の強化を明確にしました。全国初の種菌センターにおける液体種菌の製造システムを導入しました。液体種菌は雑菌が入ると産地が消滅するぐらいのダメージがありますが、一層のエノキダケ生産強化には挑戦が必要でした。結果として、独自につくった種菌をこの液体種菌システムで製造したことでJAにすべてが結集しました。キノコ総合供給産地として他のキノコ類の品目も確立し、エリンギだけでも約30億円となりました。

販売力の強化も非常に大事であり、販売力強化はJAの仕事です。そこで、販売営業室を設置しました。総合販売力とは、地域ブランド力と農産物の商品力と人間力を掛け合わせたもので、一つが欠けてもゼロになってしまう。地域ブランド力は、その地域の歴史、文化、地域生産力、あるいは信頼力の総称。農産物の商品力とは、その地域の気象条件、立地、栽培力、あるいは商品づくりの総合力。そして人間力は、元気で明るくてはっきりしていて、親しみがあって、素直な人格を持つ人間の総合力。こういった人間のパワーを強化の

一つとして、4年前からキノコのソムリエ育成に取り組んでいます。キノコの魅力を正しく認めてそれを発信する人材育成事業です。キノコ産業が全国的に確立したのであれば、今後必要になると判断しました。現在、ベーシックマイスターが累計204名、マイスターが100名誕生し、他県の資格取得者も増えています。

JAは明快なビジョン発信を

地域農業の振興は、組合員のリーダーとJAポジションの適位置で決まる、というのが結論です。リーダーというのはチャレンジのできる組合員。リスクに対する覚悟があり、人のせいにしない。共生の理念がしっかり身に付いて、地域全体のことを考えている。そういう人たちが、やはり地域農業のリーダーといえます。

JAは何をすべきか。JAは、明快な地域振興ビジョンを発信できなければならない。それと、100人の1歩と1人の100歩の創造的協同づくり。公平な事業展開、平等なJA運営、公正な地域社会対応。これらを通じて地域の農業振興をJAが率先して取り組むことが重要だと思います。

実践報告 4

「地域興しに欠かせない
女性パワーの活用とその方法」

広島世羅高原6次産業ネットワーク コーディネーター 後 由美子 氏



活動の中心は女性

私は県の生活改良普及員を38年間やってまいりました。そのうち、世羅高原を24年間担当させていただいたこともあり、退職後も6次産業化のお手伝いをさせていただいています。

私たちの取り組みは、女性が半分ぐらいいて、非常ににぎやか、言いたい放題、これを取りまとめるのはすごく大変です。小規模なものが多いですが、楽しく遊び心でものごとをやっています。

世羅町は平成16年に3町が統合しましたが、総人口は1万8,000人という小さな町です。農家数は2,800戸余りですが、専業農家は18%。水田面積は全体で3,000haです。農業生産額は、6次産業に取り組む前は90億円ほど。19年度には105億円に上がってきました。

世羅農業の一番の特徴は、開発団地があることです。国営開発事業が昭和52年から21年間行われました。開発面積357haを、19団地38農園が担当しています。主な作物は、梨、ブドウ、リンゴ、有機野菜、トマト、レタス、花、酪農など。16農園が6次産業ネットワークに加入しています。

なぜ6次産業化を進めたのかというと、当時の課題は、開発団地に入植した人たちの農業経営が安定していないということでした。また、高齢化で担い手が減少、農地も荒廃していました。観光農園

はグレード感に欠け、入込客が減少していました。加工グループは定期的に活動していましたが、商品の売り場がありませんでした。

推進協議会が発足

こうしたなか、10年1月、推進協議会は3町の町長を構成員に、JA、県の出先機関、生産者も入り、取り組みを始めました。ここでは、ブランド商品を作ろう、商品のイメージを強化しようなど、5つのビジョンを立てて5年間で推進していくことになりました。

11年7月には32団体でネットワークを組織しました。現在は61団体になり、フルーツや花の観光農園、加工グループ、田舎レストラン、産直市場、直売農園、地域農業集団、高校、JAもメンバーです。ネットワークでは、まず、研修会を開きます。それから、こだわりの農産物や加工品を開発、アンテナショップへの出店、イベントの開催などをします。

会員活動として、研修情報部会、生産商品開発部会、販売促進部会、イベント部会、郷土料理部会、体験交流部会という6つの部会をつくりました。研修情報部会のマネジメントセミナーは、接客とか、POPの書き方、イベントの企画の仕方、JAS法、お店の陳列の仕方などを研修しています。生産商品開発部会は、こだわりの加工品をつくっています。わが家の味を商品化していこうと、100種類は超

えていると思います。

そして念願の拠点施設・夢高原市場の誕生です。農業公園の一角にネットワークの拠点施設をつくる計画で、2年間にわたって図面から運営構想から検討しました。生産者による対面販売、特産加工品のブース販売、郷土食の伝承、農業・農村体験、レストランへの食材提供など、7つの機能を持たせた施設にすることになりました。

日本一の農業公園へ

活動の成果を見てみると、世羅高原のイメージが強化され、フルーツと花の町になりました。そして、地域特産品の売上げが増加、入込客が増加しました。売上げはネットワーク61団体で、8億円から次第に伸びて、現在16億円ほど。入込客も60万人から120万人になりました。新たな目標として、これからの10年、日本一大きくて美しく豊かな農村公園。

最後になりますが、6次産業化で豊かな農村づくりは、まず経済的に自立ができるということ。それから、自分磨きの場があること。仲間と連携ができるということ。そして、後継者が育成できるということ。楽しい農業をやっていると、後継者が戻ってきます。それが、豊かな地域づくりのお手伝いになるということ。6次産業化で、こういうことができるということを実感しています。

特集 JA人づくり研究会

実践報告へのコメント



宇都宮大学 教授 守友裕一 氏

6次産業化とは

6次産業論は、十数年前に今村先生がまとめられましたが、ここ2、3年、色々な言葉が出てきています。

例えば、平成17年に、農水省で、「食料産業クラスター展開事業」があります。平成20年度に「農商工等連携促進法」、いわゆる「農商工連携」が出てきます。そして、現在、「6次産業化促進法案」が出ています。

農商工連携と6次産業化はどこが違うのか。条文を見ると、農商工連携は、「中小企業者と農林漁業者との有機的な連携が大事で、中小企業と農林漁業経営の経営改善を目的とする」と書いてあります。これが「農商工等連携促進法」の骨です。一方、6次産業化法案は、「地域の農業生産物や資源の有効活用、そして農林漁業・製造業・小売業などの融合化、それによって農山漁村の活性化を図る」としています。どちらも農林漁業を大事にしますが、「連携法」は経営体の経営改善という色彩が強く出ております。

6次産業化の法案は、経営を改善すると同時に、一歩広げて地域を元気にするということに特徴があると思います。農家経営、JAの経営などの改善に加え、全体として地域が良くならなければだめだというのが「6次産業化法案」です。

信念を持って行動

4人の報告で非常に共通しているのは、信念を持って行動してもらえるということです。

まず、あしきたの本山部長の報告で、JAあしきた農産物直販ネットワーク協議会で、100の個人・団体が入っています。広がりを持った協議会で、商品開発の時には色々と相談し、一つの活力を生み出していると感じました。また、規格外商品を高めに買い取り、地元へ還元するなど、経済的にプラスにしている報告です。今後、そのネットワークをどういう方向に持っていくのか、どんな課題があるのか。

中野のマイスターは、技術水準の高さ、様々な品種選抜、施設化など多様にやっておられる。技術革新で作物が多様化する中で、どのように売っていくのか、ポイントとしての確なご指摘されています。最終的には、「総合販売力＝地域ブランドカ×各農産物商品力×人間力」とまとめられています。そこで、技術を基礎に、どのように総合販売力に結び付け、一般化できるのか。各JAの悩みだと思います。

中札内の報告では、職員教育や組合員教育が、新たな枝豆などの展開や加工に、どのようにつながっていったのか。つまり、組合員や職員教育で職場がどう変わったか、枝豆など色々な事業に展開し

てきたのか、もう少しご説明をいただければありがたいです。

世羅高原では、6次産業と言うと、どうしても加工的に走るのですが、農村総体のイメージは運動であるということで、世羅が一番分かりやすいです。世羅高原はネットワークを組んでいますが、誰が、どこで、そういう問題があることを考え、なぜ、協議会やネットワークが必要と言いだしたのか。そのきっかけは何だったのか、もう少しあとで教えていただきたい。

どうやって売るのが

ちょっと繰り返しになりますが、皆さんにご議論願いたいことを整理します。技術を開発し、色々な品目、品種を多彩化する動きが出てくる。また、規格外品を加工します。そうすると、売るのが多様化、多彩化します。そこで、販売戦略をどう考えていくのか。6次産業化ですから当然ですが、いったいどうやって売っていくのか。少し議論していただきたい。

次は人材の問題です。組合員さんはどのような動きをしているのかお聞きしたい。ポイントは、組合員を家として見るだけでなく、世羅で出てきた「わが家なら何ができる 私なら何ができる」という発想です。個人の「個」の発想をどのように把握していくのが、非常に重要ではないかと思います。

総合討議のポイント

JAIT研究会・黒澤賢治副代表

まず、皆さんの中で、守友先生のコメントで付け加える部分があれば、ご報告をお願いします。

JAあしきた・本山部長

ネットワーク協議会には100名の会員がいますが、現状は、商品開発が中心とあらためて感じています。ただ、単に商品開発だけでなく、色々な企業の販売ネットワークを使い連携するシステムづくりも構築しています。

JA中札内・山本組合長

まず、生産者が責任を持つてつくるには、農協職員が営農指導を徹底的にします。農薬は、残留農薬の検査に受かったものだけを収穫します。6年前、ある圃場から残留農薬が出て、収穫しませんでした。生産者は、農協の言うことをしっかり守らなかつたら収穫してくれないと、高い意識を持つようになりました。枝豆工場を20億円かけて増改築しましたが、工場で働く110人すべて農協職員にしています。

販売では、私と一緒にあって、職員も海外や国内を駆けずり回っています。まさしく6次化と申しましょうか、生産、加工、流通、すべて農協でやっています。

信州きのこマイスター協会・前澤理事長

製品の突出した品目は、必ず販売の壁にぶち当たるので、きのこマイスター事業を始めました。私どもの取り組みで、参考しているのが野菜ソムリエ協会です。野菜ソムリエ協会との違いは、地域に依拠していることです。きのこマイスター事業を通じて、日本のきのこ産業を振興する。JA発信、地域発信の、きのこの地域産業としての取り組みを通じて、それぞれの地域における他の品目、例えば園芸、果樹、さらに品目を合わせた総合品目への展開が可能であると想定しております。

広島世羅高原6次産業ネットワーク・後コーディネーター

今後、このネットワークをどうしていくのかというと、町中を、日本一大きな農村公園にしていこうと思っています。そのためには、今より生産物をよりよいものにしていく、接客などの能力を上げていくなど、より質を上げて行きます。商業・工業、あるいは地域住民の方々と手をつながないと、町中が農村公園にはならない。そのため、ネットワークのコーディネートだけでなく、町中の人たちを動かせるコーディネートがいると思っています。

JAIT研究所・黒澤賢治副代表

それぞれの皆さんに、補足を兼ねて、守友先生のコメントにも答えていただきながら、報告をしていただきました。ご質問や確認をしておきたいことがあれば、遠慮なく出していただきたい。



JA東京むさし・小野高一常務理事

JA中札内の山本組合長に聞きたいのですが、組合長に就任する前と就任されてから、職員教育をどのような形で行われたか教えていただきたい。

中札内・山本組合長

職員教育の関係ですが、信用金融関係で受付にいる職員が茶髪でお客さんに対応するのは、誰が見ても自然でないと思います。

実は特別な教育をしている訳ではありません。強いて言うならば、トップの姿勢です。トップの姿勢が職員に伝わると思います。

私が組合長になった時に、青年部の皆さんが、組合長や農協の職員は頭下げろ、礼もさせろと、かなり強い言葉で言いました。そこで、農協職員が頭を下げないのであれば、あなた方が頭下げないか。そうしたら直るのではないかと話しました。裏では、青年部の言ったということを職員に言っています。1年後、農家が「恥ずかしい」と言うのです。後ろから横から、農協職員に「おはようございます」「こんにちは」と言われ、恥ずかしくて農協に肥料や農薬を買いに行けないと、ばかげたことを言う。組合員と職員の関係は、きちんとした会話やあいさつができるようになったと見えています。

JAえひめ南 黒田義人代表理事組合長

後さんに教えていただきたいのですが、最初に協議会を立ち上げられて、最後は協同組合に発展していくと思います。農家の資金繰りなどはどうするのですか。

広島世羅高原6次産業ネットワーク・後由美子コーディネーター

ネットワークには三つ組織があります。推進協議会はネットワークをフォローします。ネットワークは、6次産業化をしたい人たちの横の連携の組織です。

夢高原市場という事業協同組合は、町や国からの補助がなくなった時、自力で運営するため作りました。今、店長とパートさんの賃金は売り上げから出ていますが、事務局の人件費は出ていません。また、新しい物を作る考え方があります。みんなが集めたものを積み上げて、一人一人が運営する。まとめるのは大変ですが努力しています。みんなでやるのはすごく大変ですが、10年も経過すると自立できつつあると思っています。

JAいずも 米原稔代表理事組合長

遠隔地のため、共選、共販の市場流通を基本にしています。先輩が作ったブドウの「デラウエア」がブランドになっています。ただ、生産者の中に「農協が（農産物を）売ってくれる」という気持ちを感じています。これではいけない



と、原点を思い出し、ブランドを農家に戻そうと考えています。そこで、ブランドをどう維持していけばいいのかお聞きしたい。

信州きのみマスター協会・前澤憲雄理事長

必ずしも、市場情報が消費者ニーズに一致しないと思っています。直販の事業を農協が持つことは、消費者ニーズを直接把握することになります。農協として100パーセント直販はできませんが、そこを通じて、全体の動向を把握することが必要と思います。

JA全中・田村政司教育企画課長

後さんが、ネットワークをしていく中で、普及の原理という発言がありました。それが非常に悩ましくて、職員教育の時に、個々の組合員にどういう商品なりサービスを提供できるか教育してきましたが、組織運動の事務局的な役割について教育する意識がだいぶ薄れてきたし、やってこなかったと反省しています。コーディネートやネットワークをつくる場面で自主的につくっていけないか非常に強く思っています。

普及の職員育成の関係の中で、先ほど言った普及の原理も含めて、そういうネットワークをつくることのできる指導員養成、職員育成について、ご紹介いただければと思います。

広島世羅高原 6次産業ネットワーク 後由美子コーディネーター

問題点がものすごくはっきりして、問題点が大きければ大きいほどまとめやすいのではないかと。それが相手に伝わって、相手と同じ問題意識持って、同じ土台になっていけば組織しやすいのではないかと。

それから、まず組織をつくらうとする人、コーディネートする人は、現状をものすごく見極めていかないといけない。それから、相手が何を望んでいるのかしっかりとまとめた上で、組織をつくっていくのかなと思うのですが。

人づくり研究会 今村奈良臣代表

田村さんの質問と後さんの答弁は、農協の営農指導にも大いにかかわります。

実は、協議会では、6次産業をどうしたらいいか、とにかくその答えを教えろと。とにかく6次産業を進めたいけれど、何をしたらいいかよく分からない。すぐ答えが欲しいという。農協の営農指導もそういう問題に直面しています。だから、何かいい答えをください、解決策をくださいになる。実は、正しい、濃い、問題意識を発見することから事は始まる。ここをはき違えている。

それから、もう一つは、この研究会に米作地帯から来ていない。戸別所得保障の問題も構想力を持たないと駄目だと思っています。米作地帯のJAは、次の時代を背負う人材をどう育てているのか。

3番目が、JAはもう少し農・産・学・官・消のネットワークをつくらないと駄目だと思っています。農協は大学をこき



使っていない。北海道は新しい技術開発や営農指導を一生懸命やっている。でも、ほとんどのところはやってない。

今夏、中札内に2回行きました。百聞は一見にしかずで、行ってみないと分からない。本当に農協職員の礼儀正しさときちっとしている。こういう農協が全部になったら、日本の農業は相当変わると、つくづく思いました。

広島世羅高原6次産業ネットワーク・後由美子コーディネーター

最近思うことは、コーディネートするのに事業を持ってくればいいという考える人がいると感じました。それでは絶対地域づくりはできないなと思っています。お金がなくても地域づくりはできるとしています。

協同組合経営研究所・内田正二客員研究員

人づくり研究会は2回からずっと出させていただきましたが、人づくり研究会の内容が、講師陣を含めて、だんだん変わってきている。今日も話を聞いて、もう少し、協同組合とは、どういう姿が本来の協同組合かもう1回考え直す必要があるなと思っています。皆さんの話を聞きながら、人づくりは、言ってみれば事業展開しながら、みんながどれだけ参画して、地域をどれだけ元気な状態につくり上げていくのかという、一つの理念があるはずです。

ところが、現実にはそうになっていない。組合員は、農協は遠くなりましたという。特に、米を中心にした農協は、そんな発想はどこから出てきますかとなるわけです。

ですから、もう1回、本来の協同組合の原理原則、原点のところに立ち返って、本気になって再度農協をつくり直して行こうと示唆していただいたと思いました。

JA名西部・綾部正代表理事専務

まず、米農家の意見が出ないのは米で生計が立たないからです。したがって、こういう会に来ても実りがないと思うのです。やはり農協本来の原点に立ち返って、農協はどうあるべきか。組合員の所得増大、農家の生産増大、それから地域社会、明るい地域の農業の振興とか、全国中央会がいろいろな大会でスローガンを掲げていますが、具体的に将来を踏まえたビジョンやスキームが、現実味のある真剣勝負での議論をあまりされていないと思います。

私は、農家の出身で、農家の痛みはよく分かっています。やはり、農協は誰のためにあるか。地域の農家と手を携えて、信頼と感動を与えなければならない。しかしながら、中央会ははじめ、全農、共済連、厚生連など、各連がございますが、各組合員が理解できる運営がなされているか非常に疑問に思っています。

原点にかえて、やはり真剣勝負に農家のためを思って、頑張らなければならない。私もできる限り、何か役に立つために、一生懸命勉強しなければと思っています。



第10回研究会のご案内

- 日時 平成23年2月10日 10時30分～
- 会場 JAビル 27階 大会議室
(東京都千代田区大手町1-3-1)
- 学習テーマ 第10回人づくり研究会記念大会
- 参加対象 JA・連合会・中央会の常勤役員
(JA・連合会・中央会の職員はオブザーバーとして参加できます)
- 参加費 会員 1万5,000円
会員外 2万円
(1団体で複数人が参加する場合は、2人目から1万円)

プログラム(案)

□開会

○代表レポート JA人づくり研究会代表 今村奈良臣氏

○実践報告 「大型合併JAの運営は組織力の強化から」

JAいわて花巻 専務理事 高橋勉氏

「“地域と組合員” 求められる人材」

JA富里市 常務理事 仲野隆三氏

「学習活動をベースにした組合員参加型共育・研修活動の実践」

—上州南三社を起源に協同組合を中核とした「一郷一学運動」—

JA-IT研究会 副代表 黒澤賢治氏

「JA教育活動の課題と「新たな協同を担う人づくり全国運動」の4つの柱」

JA全中教育部 教育企画課長 田村政司

○相互討議

□閉会

事務局
だより

〈地域を守るためには〉

日本農業新聞事業開発部 山口 武

仕事の関係上、全国を回る機会が多いですが、小泉構造改革以降、大都市と地方の格差をマジマジと実感する。地方都市は、昼間から人通りも少ない。個人経営の店が減り、目につくのは全国チェーン店ばかり。「このままではどうなるのだろう」と心配は尽きない。

近年、農商工連携が注目されているが、語弊があるかも知れないが「農業は重要」だけを訴えるのは誤りかもしれない。地域を作るためには「農」「商」「工」が互いに尊重し、バランスは違っても互いに存在することが地域を守ることにつながると。誰かが大事でなく、対立から共存へ向かうことは必要ではないか。

近年、環境問題で「生物多様性」というテーマが議論されている。生物多様性は、「地球全体に多様な生物が存在し成り立っている」という意味で、色々な生物が密接に関係し、地域に適応した生態系を形成しているからです。そのため、一部の生物が欠けると、生態系が崩れるため、多様な生物の保護を求めています。今こそ、この多様性の考えを地域に広める必要があります。

民主党政権は、TPP(環太平洋経済連携協定)交渉に参加する判断のための協議に入る。農林水産省は、農業に大きなダメージを与えた上、350万人もの雇用が失われると試算しています。財界からは日本経済を発展させる面から、輸出企業を守る重要性を訴えています。雇用は大都市ではなく地方を直撃する可能性が高い。今こそ、大事なものは人である。地域崩壊の危機を乗り切るために大事なものは、地域を支える人である。

自分の住む地域を守るのは国ではない。その場所に住み、その場所で生活している一人ひとりである。いかに多様な人材を作り、その人材を活用できるのか。JAに寄せられる責任は重く、早急な対応が求められている。

JA人づくり研究会通信

発行者：今村奈良臣

発行：全国農業協同組合中央会(JA全中) 教育部

編集：日本農業新聞 広報局 事業開発部

〒110-8722 東京都台東区秋葉原2-3

電話 03(5295)7410 ファクシミリ 03(5295)3370