



「俺ってJAが好きなんだな」 (下)

ゲスト／阿部裕幸 (群馬県JA邑楽館林 代表理事組合長)

第30回ゲスト

群馬県JA邑楽館林 代表理事組合長
阿部裕幸



あべ・ひろゆき

1959年生まれ。1981年東京農業大学を卒業後、館林市農業協同組合に入組。2007年にJA館林市の園芸営農部長を務め、2009年からJA邑楽館林の園芸部長、総務部長を経て、2016年同JAの常務理事に就任。2022年代表理事組合長に選任され、現在に至る。

●インタビューとまとめ

三重大学名誉教授
京都大学学術情報メディアセンター研究員
石田正昭



いしだ・まさあき

1948年生まれ。東京大学大学院農学系研究科博士課程満期退学。農学博士。専門は地域農業論、協同組合論。元・日本協同組合学会会長。三重大学、龍谷大学の教授を経て、現職。近刊書に『JA女性組織の未来 躍動へのグランドデザイン』『いのち・地域を未来につなぐ これからの協同組合間連携』(ともに編著、家の光協会刊)。



* 前回の記事は[コチラ](#)から

「俺ってJ Aが好きなんだな」(下)

J A 邑楽館林は群馬県のなかでも最も東京に近く、交通至便のところに位置する。この「地の利」を活かして野菜産地として発展してきたが、米麦の伝統産地でもあり、都市住民との交流も行ってきた。「国消国産」を目指すうえで、作物的にも、立地的にも、いくつかの好条件を備えている。今回はこうした産地の強みを語ってもらった。

■「J Aの原点に戻る取り組み」を発見

石田：2022年度からの「新・農業ビジョン」(10年ビジョン)では、農家をA・B・Cの3群に分けて、各群の経営実態に即した支援を行うとしています。一般経営学では、このような手法を「マーケットセグメンテーション」と呼んでいますが、かねてから農家が望んでいた支援策ではないでしょうか。

阿部：「新・農業ビジョン」では、これまでのような漠然とした農業振興策ではなく、数値目標を掲げ、農業収入1,500万円以上の農家を育成・支援するとうたっています。高い経営能力と意欲をもった生産者たちで構成されるこの層をA群と呼んでいます。

わがJ Aは、畜産は別にして、米麦、野菜の複合経営が非常に多いのですが、例えば1,500万円に達していない米麦農家にどんな野菜づくりを提案すれば、家族労働だけで1,500万円以上になるかを明示しています。1,500万円にこだわる理由は、この水準の農業収入があれば、1,000万円程度の農業所得を確保できるようになり、持続的な農業経営が展開できるからです。補助金や制度融資もこの層に手厚くできています。

J A 邑楽館林の「新・農業ビジョン」は[コチラ](#)から

石田：いただいた資料(「第四次経営刷新3か年計画」令和4年度実践報告)によれば、1,500万円以上の農業収入がある農家数は、2022年で226人となっています。このような経営資料が用意できるのも貴J Aならではの思いでした。

阿部：米麦の売上データも、野菜の売上データも、J A側で把握しています。すでに述べたように、ほぼ100%の共販率を達成しているからです。確定申告のときは税理士を使っている農家もJ Aにデータを取りに来ます。

石田：B群、C群はどんな農家でしょうか。

阿部：B群は農業収入で500万円から1,500万円までの農家を想定しています。主として米麦とキュウリやニガウリなどの野菜をつくっています。一方、C群は500万円に満たない農家を想定していますが、この層は兼業が主で、じいちゃ

石田：営農と金融がうまく結びついたケースですね。単発で営農ローンだ、住宅ローンだといっても、そう簡単には話は進みませんが、申請に向けての営農指導員との話し合いのなかで、こうしたい、ああしたいという要望が出てきて、予想以上に話が大きくなった。ＪＡの原点に戻る取り組みといってよいのではないのでしょうか。

阿部：実際に、農業資金貸出金額は、「やる気ある農家支援事業」開始前の2020年では107件、4億3,536万円だったものが、開始後の2021年では115件、5億4,201万円、2022年では132件、6億8,682万円へと急伸しています。

これがいま県内でいちばん伸びがあるということで、今度ＪＡバンク群馬から表彰を受けることになりました。農林中金前橋支店も本店から相当高い評価をもらっているところです。

■「常に生産者組合員のしあわせを考えよ」

石田：上皇后の美智子さまの生家は日清製粉の正田家ですが、恥ずかしながら日清製粉の発祥の地が館林であることを昨日当地に来て知りました。邑楽館林が全国有数の麦作地帯だったことを表しています。

阿部：おっしゃるように、ここは二毛作地帯で昔から麦作が盛んでした。いまでも盛んですが、そのために早場米と呼ばれるようなブランド米はつくれません。もとより夏場にセミが落ちるような暑いところなので、ブランド米をつくれるわけありませんが……。

コメの生産量はおよそ33万俵(60kg換算)。そのうちのおよそ12万俵を加工用米に回しています。加工用米の県内シェアは100%、群馬県でわがＪＡ以外に生産しているところはありません。品種は「あさひの夢」「にじのきらめき」ですが、これを主食用米と加工用米とに使い分けています。

石田：加工用米はせんべい？

阿部：いえ、いちばん多いのは酒米。酒米といっても掛米で、ある業者を介して灘の酒造メーカーに出荷しています。およそ6万俵を使ってもらっています。要はその酒造メーカーの掛米に適していたということです。

石田：残りの6万俵は？

阿部：いろいろですが、量的には冷凍米飯がいちばん多い。チャーハンや焼きおにぎりなどの冷凍米飯の原料には、価格面でも、加工面でも、ブランド米は使えません。安くて味付けのしやすいわが加工用米が適しているのです。

ということで、価格的にはブランド米には及びませんが、二毛作で麦の収益もあるので、合わせて、だいたい10アールこのくらいのお金は欲しいよねという目安を立てて業者と交渉しています。

石田：主食用米と加工用米の振り分けをＪＡがしてもいいんですか？

阿部：全量買取販売なのでＪＡが決められます。出荷契約をした生産者には３回にわたって価格を提示します。１回目（収穫期）は「仮渡金」、２回目（出荷最盛期）はそれに「契約達成金」をオンしたもの、３回目（年末）はそれらに「最終精算金」をオンしたものです。２０２２年産米のばあい、最終の買取価格は１１,２００円となりました。この価格は当地域周辺のブランド米よりも高いはずです。

石田：加工用米もあるのに、どうしてそんな高い価格が出せるのですか？

阿部：加工用米をより高く売るために、２０２２年に低温のコメ倉庫（明和低温農業倉庫）をつくったからです。業者側は、コメは欲しいが自分のところで保管する余力はありません。劣化防止のために必要な時期まで預かってくれないかという要望があって、いいですよ、その代わり応分の倉敷料を乗せてくださいねとお願いして、交渉成立となりました。業者側からすれば、営業倉庫を借りるよりも安くなっているはずです。



２０２２年６月に新設した「明和低温農業倉庫」

もう一つ重要なことがあります。主食用米にすると、表作がコメ、裏作が麦となって、「水田活用の直接支払交付金」（戦略作物助成）は麦（１０アール１５,０００円）だけとなりますが、加工用米にすると、表作が麦、裏作がコメとなって、麦とコメの両方に戦略作物助成（１０アール５０,０００円、そのうち麦３５,０００円、コメ１５,０００円）が出るようになり、ずっと有利になります。これらを含めてプール計算する

と、１俵当たり１万２,０００～３,０００円となります。

加えて、麦には「経営所得安定対策」（ゲタ対策）が付いてきます。２０２２年のばあい、総額１５.７億円が１,０９６戸に交付されました。１戸当たりおよそ１４０万円となります。

石田：なるほどね。じつは貴ＪＡの資料のどこをみても「集落営農」という用語が出てきませんでした。その理由が分かったような気がします。個別農家が自己完結的な水田農業を展開できる条件が備わっているということですね。

阿部：そうです。わがＪＡでは農家により多くのお金が入ってくるように、業者や行政からの情報収集に積極的に取り組んでいます。平田参事の「職場七訓」のなかに「常に生産者組合員のしあわせを考えよ」「勝敗は情報で決する。情報を集め、分析し、判断し、利用せよ」「常にそろばん片手に仕事を考えよ」とありますが、それらに基づいた行動なのです。

■「地の利」を活かした地域活性化

石田：貴J Aには「ぼんぽこ」と「でんえんマルシェ」という2つの農産物直売所があって、主としてC群の農家に喜ばれていますね。

阿部：この地域はいまも封建的なところが残っていて、親父がお金を握っているところが多い。すると、せがれは小遣い制で自立感が育たないし、嫁さんも自分の自由になるお金がないという弊害がありました。

これではいけない、ということで、母ちゃんにもちゃんとした儲けを与えようという考えから農産物直売所の設置を決めました。父ちゃんがつくったものも母ちゃんの名義で売ればいいじゃないかという発想です。

例えば100万円の売上があれば、農家の奥さんというのは、そのお金が自分の気持ちをすごく楽にしてくれます。子どもに好きなものを買ってあげられるし、自分の化粧品も自由に入るようになる。いちいちこれ買いたい、あれ買いたいと言わなくても済むようになります。

もう一つの考えは、わたしの実体験なんですけど、小学校にゲストティーチャーとして招かれたとき、とれたてのキュウリを子どもたちに食べてもらいました。すると、1人の女の子が手を上げて、「昨日、お母さんがスーパーで買ってきたキュウリ、おいしくなかった。でも、先生からもらったキュウリ、とてもおいしかった。どうして日本一のキュウリの産地で、地元でとれたキュウリが食べられないのですか」って。これにはものすごい衝撃を受けました。

「ぼんぽこ」の開店(館林市、2008年11月)までにそれから6、7年かかりました。開店当時の園芸営農部長(旧J A館林市)が俺で、初代店長は現園芸部長の小川賢一君。それで彼と約束したんです。「どんなに売上が落ちようが、地元の野菜で販売の6割をキープしようじゃないか」とね。一方で、地元にはない果物は市場から仕入れよう。毎日、東京市場へトラック輸送しているので、その帰り便を使って市場の目利きから果物を送ってもらおうと考えたのです。

すると、当初は「ぼんぽこの果物は高い」と言われました。結構いいものを仕入れていましたから。ですが、スーパーよりも品物がいいよねと評判になって、

お客さんの理解も深まりました。売上も順調に伸びて、10億円台をコンスタントに維持しています。そのうちの6億円は地元の野菜です。ダイコン1本100円、ホウレンソウ1束100円、そういうものを積み上げての6億円で、袋数ではとんでもない数字になります(600万袋、300日営業として1日2万袋)。



園芸部 小川部長(右) から「ぼんぽこ」の特徴などを聞く石田氏

石田：「でんえんマルシェ」(邑楽町、2022年12月開店)はどうか。

阿部：正直、全然違います。客単価はどちらも2,000円前後で変わらない。違うのは、ぽんぽこは少量多品目を買うお年寄りのお客さんが多く、でんえんマルシェは決め打ちして買う若いお客さんが多い。サラリーマンが多く住む太田市や大泉町に近いとか、直売所をスーパー感覚でとらえているようです。邑楽町(ハクサイ産地)という場所柄、野菜のバラエティーが少ないこともあって、地元の野菜販売は4割に留まっています。

石田：地域活性化のためにプラスαの取り組みが必要ですね。

阿部：それに当たるのが「1支所1イベント」です。組合員課がアドバイスしながら各支所で進めています。全支所で「フードバンク」や「子ども食堂」も展開しています。ただ、組合員組



オープン当時から「でんえんマルシェ」の店舗内に飾られているメッセージ

織を巻き込んで、という発想が少し足りなかったかもしれません。明和支所で行われている「ナシ市」「花市」のような「女性会×青年部×支所職員」のコラボ方式を定着させていかなければなりません。

石田：かつて、東京のPTAグループを対象に「グリーンツーリズム」をやっていましたね。あのような取り組みを女性会や青年部に参加・参画してもらいながら、対象者を消費者グループに広げていってはどうでしょう。例えば、生協とのコラボ企画も面白いかもしれません。東京に近いという「地の利」を活かした地域活性化の取り組みになると思います。

阿部：おっしゃるように、グリーンツーリズムと称して「田舎暮らし疑似体験ツアー」を行っていましたが、コロナで途切れてしまいました。ものすごく人気があって、応募倍率は3倍にのぼっていました。ミートセンターには厨房施設があるので、そこを利用して野菜(ハクサイ、ニンジンなど)の収穫とポトフづくりをセットにして楽しんでもらい、ぽんぽこではお買い物もしてもらいました。あのような取り組みを再開したいと思っています。

石田：ツアー参加者に自分で収穫した野菜や飼料用米で飼育したお肉、それに加工用米や米粉、小麦粉を使って、ピラフ、シチュー、パン、うどん、餃子づくりなどを楽しんでもらい、現代の食生活にもマッチする「国消国産」の魅力を提供していきたいですね。

ニガウリの産地化

「ニガウリ」は「ゴーヤ」の別名である。ＪＡ邑楽館林の販売額は約４億円で東日本最大の産地である。県別でいうと、第１位沖縄県、第２位宮崎県、第３位鹿児島県で、群馬県は第４位に位置する。

ニガウリの導入理由は、促成キュウリと抑制キュウリのはざまにあって、夏場の収入が乏しいことにあった。同時に、ＪＡ邑楽館林の設立に向けて、合併する３ＪＡ（ＪＡ館林市・ＪＡ群馬板倉・ＪＡ西邑楽）に共通する新しい販売品目をつくることも目的としていた。キュウリと同じウリ科の作物であることや、傷みの早い作物で、トップ３県の出荷先もおおむね京阪神地域で止まっていることも後押しした。

ＪＡ邑楽館林は暑いところなのでニガウリがよかろうと始めたものの、実際は違っていた。かの地は高温であるが湿度は低く、この地は高温で湿度が高いためである。そこで種苗会社には高湿度に耐えられる種子の育成をお願いした。幸い、このことで本場のゴーヤよりも苦みが少なく、ゴーヤに慣れていない東日本の消費者にも好まれるようなニガウリを提供できるようになった。

こうした事情をふまえると、「常に生産者組合員のしあわせを考えよ」という平田参事の教えに従ったニガウリの産地化だったことが分かる。



農産物直売所「ぼんぼこ」「でんえんマルシェ」でも人気のニガウリ

（終、取材／６月８日）