

第4回農協の新事業像の構築に関する研究会（議事録）

1 日時：平成21年8月24日（月） 13：58～16：03

2 場所：農林水産省第2特別会議室

3 出席者：

（委員）大泉委員、黒田委員、河野委員、齊木委員、柴田委員、杉山委員、鈴木委員、成清委員、牧委員、吉口委員

（農林水産省）今井経営局長、藤本参事官、山口協同組織課長、長井経営・組織対策室長、橋本卸売市場室長

（資料説明）（社）全国中央市場青果卸売協会茅沼専務理事

4 議事内容：

○協同組織課長：定刻少し前でございますけれども、委員の皆様がお揃いになりましたので、ただいまから第4回研究会を始めさせていただきたいと思っております。初めに、前は欠席でございましたが、7月14日に行われた当省の人事異動により、経営局長が高橋から今井に代わりましたのでご紹介させていただきます。

○経営局長：今井でございます。よろしくお願いたします。

○協同組織課長：また本日は、宇佐美委員、富士委員が都合により御欠席でございます。それでは、鈴木座長よろしくお願いたします。

○鈴木座長：それでは早速ですが議事の方に入りたいと思っております。本日の議題はこれまでの議論を踏まえました論点整理ということですが、その前に前回の研究会でご質問、ご指摘のあった事項について、事務局の方、それから全農さんの方から、簡単にご説明いただきまして、その後論点整理に向けた議論を行っていきたくと思っております。まず農林水産省の方で作成いただいた資料についての説明をお願いしたいと思っておりますが、なお、JAに対しまして市場関係者からの要望等については、社団法人全国中央市場青果卸売協会の茅沼（かやぬま）専務理事にお越しいただいておりますので、専務理事の方からご説明いただきたいと思います。それでは、協同組織課長、卸売市場室長、茅沼専務理事の順に、全体で、10分程度で説明をお願いします。

○協同組織課長：それでは資料の1「第3回研究会でご質問いただきました事項等について」をご覧ください。このうちの1番目の野菜価格安定制度につきましては私のほうから説明させていただきます。1ページをおめくりください。野菜生産といいますのは天候に左右されやすいということ、また、保存性が乏しいという

こともございます。そういったことから、生産量・価格が非常に変動しやすいという特性をもっているわけでございます。このため、生産者が負うリスクを軽減して、次期作の確保と野菜の安定供給が図られるように、昭和41年に指定産地の区域内で生産された指定野菜につきまして、この出荷団体等が卸売市場に出荷したものを対象とした「指定野菜価格安定対策事業」を創設したところでございます。

しかしながら、食生活の変化に伴いまして、加工・業務用需要が増加してきたこと、流通構造が変化し、卸売市場を経由しない実需者、加工・外食事業者の方やスーパー等の量販店との直接的な取引が増加してきたということがございます。このようなことを踏まえまして、平成14年に生産者と実需者が契約取引を行う際のリスクを軽減して、契約取引を推進するというところで、「契約野菜安定供給制度」というものを創設したわけでございます。この「契約野菜安定供給制度」につきましては、平成19年に、実際の取引が実需者との直接取引だけではなくて、間に納入業者などの中間事業者も契約の当事者となっている場合が多いということで、それも対象とする運用の見直しを実施したところでございます。これらにより、野菜流通全般のセーフティーネットが構築されております。

2ページ目は、指定野菜価格安定事業の概要でございます。下のところがございますが、対象野菜は、野菜指定産地の区域内で生産された指定野菜であることが必要であります。右側に14品目並んでおります。「かつ」と書いておりますが、出荷団体又は大規模生産者が卸売市場に出荷したものという、そういう条件が付いております。

それ以外の野菜につきましては、3ページの契約野菜安定供給制度の概要に書いてありますように、契約取引のタイプに応じて三つのタイプの価格安定又はそのリスクの軽減のための措置を講じているところでございます。以上でございます。

○卸売市場室長：それでは引き続きまして、市場におきますコールドチェーンの整備に対する取組方針に関して説明したいと思います。資料4ページの方になります。市場といたしましてもやはり青果物の流通においては、産地段階における品質や価値を極力損なうことなく、消費者まで届けるという仕組みが必要であると考えております。特に資料の右側の方のグラフにありますけれども、青果物の6割以上が卸売市場を経由していると、さらに国産青果物に限定すると卸売市場の経由率は9割を超えるという数字もございます。このなかでコールドチェーンの整備というものが重要であると考えております。

続きまして5ページになります。国としての取り組みですけれども、まず卸売市場法に基づく第8次卸売市場整備基本方針というものを国の方で定めております。第8次は平成16年策定ですけれども、これが現在の基本方針になります。このなかで青果物の品質鮮度保持に資するコールドチェーンの整備ということが

各所に書かれております。また予算措置としましては強い農業づくり交付金というもののうち市場における低温卸売場の整備、こういったものを対象にして推進しているということでございます。この結果ですけれども平成20年の3月で11.8%まで増えている。市場数でいきますと、青果で8割、水産で8割弱、これは左側の下の表にございますけれどもその辺りまで増えてきているという状況でございます。

それからもう一点は丸の二つ目ですけれども、施設の整備と合わせまして、その中でどう運用していくかと、卸売業者なり仲卸業者なりそういったものがどう運営していくのかを品質管理高度化のための規範という中で定めるということを指導しております。こうした中で中央卸売市場における卸売業者の7割がそういったものを策定しているというような取組状況にあります。以上です。

○茅沼専務理事：全国中央卸売市場青果卸売協会の専務理事の茅沼でございます。本日はJAに対する意見要望をご紹介させていただくという機会をいただきまして大変ありがとうございます。

青果物流通の、特に卸市場側から見ますと、JAは当方、卸市場側との良好なパートナーとして、安定的な、安全安心な農作物を国民に安定的に供給するという機能を果たしているんだろうと思います。JAの方で主としてやっておられる生鮮国産のものは、92%が市場をとおられる。市場の機能が低下すると、ひいては、JA側にも色々な悪影響を及ぼすということで、まずもって市場の機能を有効活用していただきたい。こういう思いであります。特に、品揃え、決済、価格形成、集分荷さらにはですね青果物のチェック機能というものも市場はもっておりますので、こういうものを有効活用していただければ、今言ったような機能が果たせるだろうと思っています。

そういう意味でも、最近の生産量の大型化あるいは集出荷の大型化に伴って、ややもすると地方市場を切り捨てるような動きもありますけれども、地方市場というのもそれぞれの地域の供給・価格形成のコアになっていきますので、大都市に集中することによって値が下がるというような傾向もありますし、それぞれの市場を有効活用していただくと、こういうことがですね、JA側にとっても大変メリットがあるんじゃないかというふうに考えているわけです。やはりいくつか最近の低価格志向というようなこともあって、市場の方では値があまり確保できないという実態があることは事実です。ただですね、それを無視して、価格要請されてもなかなか難しい面があるだろうというふうには理解しております。

それから品物がですね、やっぱり書いてある通りに出していただく、量、規格、等階級の違いといったものについては少し気を付けていただく必要があるかなというふうに思います。それから、今自由競争ということで、産地間でいろいろ競争されていますけれども、競争も結構なんですけれども、一定のやはり品質のもの

のを周年ある程度供給できるということがバイヤーにとっても大変魅力があるということですね、談合ということではないのですけれども、協調して品揃えをしていただいて、周年でリレー販売をしていくと、そのようなことが価格の形成上いいだろうというふうに我々は思っておるわけです。特にですね、産地からの情報の提供というものが、いろいろいただいているのですけれども、少しあの中央の現場が生産現場から遠ざかっているということもあるんでしょうか、産地情報について、ちょっと情報のスピードが遅いということもあったり、または、内容がさらにシンプル化しているということもあって、もうちょっと豊かな情報を提供することによってバイヤーを引きつけられるんじゃないかなというふうに思っております。特に最近では荷が着く前に情報だけで売買するというようなことが増えてきておりますので、（品物が）来たら違ったものだったというようなことだと、大変にその後の取引に影響があるという事態もありますので情報の体制につきましてはより一層の向上をしていただければというふうに思います。

それから市場外流通に関してですが、市場外流通をいろいろな形でやっておられるということですが、一つ二つ注意していただきたいのは、市場外流通の価格を非常に安く設定されますと市場価格に反映してきます。市場価格に反映してですね、そちらの方でも安くなるということになるので、やはり直営のものだろうが市場のものだろうがやはり適正な価格でもって売っていくということが重要なんじゃないかなと、それがトータルのJA側の価格の確保につながるんじゃないかなと、こんなふう理解しております。

それから大型量販店にですね、等品質の中級品種のものが多いんですけれども、中級の品種のものを大量に出しますと、それよりもですね、さらに高級なものあるいはちょっと低級なものといったものが市場に来ます。市場がですね、やっぱりいろいろな形で品ぞろえがないとバイヤーを引きつけておくということが難しいので、やっぱりいろんな品揃えを確保して、市場の機能を活用してもらおう。これが非常に重要だと思います。確かに大型量販店は規格化されたものが売りやすいということでもって、しかも大量に買っていきますんで中抜きしますが、総合的なJAの戦略の中で市場を活用していただく方がいいんじゃないかなと、こんなふうにも思っておるわけです。

それから保証金等に関する要望もございまして、かつては各県連ごとに保証金を出しておりましたが、全国統合されたということで、保証金は商取引なので当たり前というふうに我々は理解しておりますけれども、できるだけ合理的に保証金関係の処理をしていただければと思います。とくに全国本部でやっていただくと大変助かるなどは思いますけれども、ご検討いただければと思います。

それから、販売についてですね、抱き合わせと言ったら失礼なんですけれども、そういうような要請や年末の貯金といったものがあるんですけれどもこういったことは協力しかねる場合もあるということでご了解をいただければと思います。

最後にですね、営農指導の関係ですが、卸といえども色々な形で生産者とな

がっておりまして、最近やっぱり生産体制が脆弱化してるんじゃないかと大変な懸念を持っております。安定的な荷の出荷のために是非営農の体制を強化していただいて、安定的な供給に努力していただければ我々も大変商売がしやすい、あるいは市場が活性化するというところでございます。

あと会議が多いということもありまして、この辺の省力化もお願いできたらというふうに思います。以上でございます。

○鈴木座長：どうもありがとうございました。それでは引き続きまして、全農さんの作成いただいた資料につきましては、柴田委員の方から5分程度で説明をお願いしたいと思います。

○柴田委員：はい。では資料2の方で二つほど、コールドチェーン整備の取り組みと市場関係者からの要望について、全農側としてまとめたものについて説明します。

まず1ページですが、コールドチェーンの整備の取り組みについてです。前回いろんな質問が出ましたが、ここでは今の実態と全農の直販事業の取り組み事例について説明します。まず実態でございますが、今も市場の協会の方からも説明がありましたが、基本的にコールドチェーンについてはご案内のとおり、生産・輸送・消費の過程において途切れることなく低温に保つ、これがコールドチェーンの趣旨かと思えます。ここにも書いてあるように鮮度品質への希求、そういったことから流通全般についてコールドチェーン体制を図るということは、非常に難しいんじゃないかと考えております。

産地と流通の関係で下に二つほど書いてありますが、予冷施設については農林水産省の色々な調査の中から見ますと、野菜、果樹含めてかなりのJAがこういった予冷施設等を完備しているという中身かと思えます。それから流通の中では今も中央卸売市場の体制問題が話にありましたけれども、そうはいつでも中央卸売市場も含めて、体制がまだまだ未整備ではないかなと思えます。ここは市場の財源、財政面の問題も含めて、一つの課題ではないかと思えます。市場の中でもこういった施設整備については前向きに進めている実態もありますが、まだまだその取組は遅れており、そういった点を考えるとコールドチェーン化というのは非常に難しい問題があるなど、こんな思いがしております。

現実どんな取組を全農の直販事業がしているのかということでございますが、次のページから二つほど、全農青果センターの関係と全農茨城県本部のVFステーション（Vegetable Fruits Stationの略称で、青果物の集出荷・加工場兼販売拠点であり、ここは買取販売をしている施設）についてのコールドチェーンの実態について説明します。次のページは、JA全農青果センターの孺恋のキャベツの例です。収穫から消費者までの流れを時間軸をベースにしながら、コールドチェーンシステムについての事例です。収穫から予冷・出荷・青果センターを通して小売・消費者というように、収穫当日の対応や、収穫翌日ということで、時間

的なものも含めてコールドチェーン化により、その役割を果たしているということかと思えます。

次のページは、全農茨城県本部のV F Sが取り組んでいるコールドチェーンの中身でございます。二つございまして、上から右に降りているのが、基本的には市場流通をベースにしたもの、それから、下はV Fステーションとの契約取引の内容になっております。この中のコールドチェーンの取組の課題は農家から農協までの搬入に軽トラックを書いてございますが、常温輸送というものが現実であるということ。ただ農協の集荷場に行きますと、ほとんどのJ Aは真空予冷等の装置を持っております。それから市場までの輸送は冷蔵と保冷輸送と二つのパターンで輸送されているのが実態です。右側に★印が描いてございますが、地方出荷は冷蔵輸送であるが、京浜市場出荷は保冷7割というのが茨城の実態であります。この辺がコールドチェーンのもう一つの課題として我々は認識しております。

それからV Fステーションの関係ですが、ここはほとんど契約で動いていますので、産地からはコンテナ集荷、段ボール出荷による形態ですが、V Fステーションに冷蔵保管・冷蔵輸送というコールドチェーンが仕組まれているという中身でございます。

下に補足的に課題をいくつか書いておきましたが、一つは、常温対応です。先程説明したように生産者から集出荷施設までの部分。二つ目は業務用を中心とした契約は直接産地から納入するという流通もありますし、商品によっては予冷の必要のないものもありますし、いずれにしてもお客様の要望に合わせた対応をしている訳で、必ずしもコールドチェーンと言うわけでもなく、温度管理も5℃ということじゃなくて、品目によっては13℃ということもございまして、こういった対応ができる冷蔵施設を持たなければならないことです。それから三つ目は、冷蔵輸送は運賃割高になりますけれどもそのコストを販売価格に転嫁できないということです。

それから最盛期には全量保管できないという、シーズンのものもございまして、こういったことも課題として挙げてございます。

次のページは青果センターの生協関係のバック事業の中身でございます。これは生協の場合は提携産地、指定産地がございまして、青果センターとしては温度管理された施設内での入庫、保管、それから包装加工をしながら生協、そして組合員自宅までのコールドチェーン構築の中身でございます。

次のページは店舗の仕分け事業ということで、これも青果センターの中身でございますが、ここも産地から直接青果センターの方に入庫し、青果センター内の入庫・店舗別仕分け・出庫ということで量販店店頭までのコールドチェーンの中身でございます。

それから大きな二つ目に市場関係者からの要望という資料があるかと思えます。ただいま市場の関係者から説明がございましたが、この最初のフローは一般の生産者から消費者までの一般的な流通の中身を出してございましてこれはお目通

して下さい。このフロー図の下の囲み中に機能なり課題なりをいくつか整理させてもらっています。

次のページは青果卸売市場の現状ということで左側に現状分析として現状の市場の経由率と、経営について整理しております。一つは市場の経由率そのものも低下しているということ。それから市場法が改正になったことはご承知のとおりだと思います。そうした中で年に2回ほどではございますけれども市場とのいろいろな意見交換会をさせてもらっています。その意見交換会の中で出てくる要望を右の箱に書いてあります。仲卸・小売から期待される市場機能というような意味合いと、もう一つは市場がJAグループ等産地に求める要望ということで二つほどにまとめてございます。ここでは先ほどの説明にもありましており、大きな機能として期待されているのは、産地の情報ということです。分析力を含めてだと思っておりますけれども、具体的には作柄情報とか作付情報とか出荷時期とかピーク時期の問題だとかあるいは他県の情報ですね、そういったところも合わせながら、バイヤーとしてはいかに有利に販売していくか、あるいは品揃えしていくか、こういったところが市場、仲卸・小売から我々を含めた市場機能として期待されているところではないかなと思っております。それから(4)には鮮度保持管理ということでコールドチェーンの問題を出してございますが、これは両者ともコールドチェーン問題については、市場を含めて前向きに検討してほしいという要望です。

それから市場の方からは安全・安心対策の問題についても要望が出ております。防除日誌とか履歴です。場合によっては生産者側、産地側が求めに応じて提出できる仕組みも要望として出されています。それから販売促進に対する支援ということで、特に産地を含めてPR・試食、あるいはマネキン問題、サンプル問題等々含めたいいわゆる販促活動について産地側への協力は要望として出てきております。

最後に協会のほうからいろいろ意見、要望を含めた提案がありましたが、提案内容については真摯に受け止めておきたいと思っております。個別問題は個別の機会に検討することとし、本日は全体的に市場に対するJAグループの考え方として、大きく二つほどに整理をしております。

その一つは、我々としても、我々以外もそうだと思うんですが、市場の機能というのはそうは言ってもやっぱりある訳でございまして、特にこの集散機能、決済機能含めてね、今後とも青果物流通の中核をなすのは市場ではないかという認識です。それともう一つは、昨今のニーズの多様化、流通多様化に対応できる機能や体制整備強化が産地側にも市場側にも求められている課題かと思っておりますので、基本的には営業力があり経営体質が強い卸売市場会社とはこれからもこれまでに以上に提携を強化して進めていきたい。こんなことを考え方としてまとめてございます。以上です。

○鈴木座長：ありがとうございました。今の説明に対してご質問等もおありかと思いますが、論点整理とあわせてご議論いただきたいと思います。

これまで3回研究会を開催し、関係者からのヒアリングなどを実施してまいりましたが、そこでお出しいただいた意見を皆様の議論の素材として、事務局にまとめてもらっております。これをもとに今後のとりまとめに向けたご議論をお願いしたいと思いますので、まず、協同組織課長から、資料の読み上げをお願いします。

○協同組織課長：（資料3「これまでの議論の整理（案）」の読み上げ）

○鈴木座長：はいどうもありがとうございました。今の内容は皆さんからのご意見・ご指摘をもとに、事務局の方でまとめていただいた論点整理ということでございますが、これにつきまして意見交換を行いたいと思います。

委員のご指摘の中で抜けている点とかちょっと違うんじゃないとか、あるいはもっと強調すべきあるいはもっと具体的にもう少し書き込んだ方がいいんじゃないとかいろいろあろうかと思いますが、いっぺんに全項目議論いたしますと整理しにくいかと思っておりますので、一応三つぐらいのパーツに分けてですね、議論、ご意見を伺いたいと思います。

まず、一つめは最初のところの括弧の中で「新たな農協事業の構築」という項目だけになっている部分ですね。次に二番目の「販売力の強化」という部分。それから後の「生産資材コストの縮減」以降はまとめて、というような形で、進めてみたいと思います。いろいろ関連するところがありますので、完全に区切ることは難しいかと思っておりますが、まず全体の「新たな農協事業の構築」という部分につきまして、ご意見をいただければと思います。どなたからでも結構ですので、ご指摘いただければ。それではできたら、大泉委員のほうから口火を切っていただければと思いますが。

○大泉委員：非常にいろいろなことをよくまとめられているという感じがいたします。研究会もほとんど終盤だと思いますので、意見を言わせていただきます。農協の中には農業に非常に一生懸命取り組んでおられる単協もあることを知りましたし、そういった意味では勉強になりました。ただそうした単協の姿勢や考え等がですね、本流になっているのかどうかということに関しては未だによくわからないでおります。農業振興を本流に位置付けなければならない、そのための研究会なのだと思いますが、いかがなのでしょう。

それで文章といいますか文言については、あれやこれやあることはあるのですが、基本はこの研究会で農協の委員の方から出てきた（JAは）民間の経済事業体であるということ、これはやはり明確にしておいていただいたほうがいいんだ

ろうと思いますが、それがちゃんと文言として出ているということで結構なこと
でございますし、ただ同時にやっぱりこれも農協の関係の委員から出てきた官業
的事業からの脱却、ということ、そういった言葉を使ったかどうかは記憶は定か
ではありませんが、法律や制度がですね、どうも邪魔して民間事業の展開を拒ん
でいるというお話があった。これもやはり大事な視点かなと思いますが、その点
はどのように出るのかはよくわかりませんが、発言の印象が強かっただけに、文
章の中にないというのですね、残念な感じがいたしております。

それで文章で2、3申し上げますと、まず1ページの(3)の①の「また」と
いうのが下から2行目にありますけれど、これはですね、農業者の相互扶助的な
組織ということが農協組織の目的なのだけ、農業生産を維持・拡大するという
ことが「また」で繋がっているのもまた以下が弱くなる、むしろまた以下の方が
本当のですね、研究会に沿った目的ではないかと思っております。「また」はと
ったほうがいいと思います。非常に瑣末な話で恐縮でございます。

それから次のページ、2ページに行きまして、②は、これは一律か一律でない
かの違いなので、さしたる意義のある文章じゃないなというふうに感じました。
だからいままで一律にやっていたのをそれぞれが必要とするような一律じゃなく、
要するに担い手対応しなさいよという話なんだろうと思います。それからですね、
これは④⑤とも関係するんですが、(4)の農協事業の性格というところでは
ね。①が、農協は公益性や社会性がある組織だと書いてあるんですが、そこは事
業の性格を言ってるんで、②でですね、民間の事業体であるという組織の性格は
むしろここで書いてるんですね。民間の経済事業体であると。①をですね農協は
社会性や公益性がある組織という、公益法人なのかと誤解される可能性がある
のではないかとことが懸念されます。だからここはどう言ったらいいんでしょ
うかね。農協事業の中には公益性・社会性がある事業が多いとか何かそういうこ
とを入れた方がいいのかなと思いましたが、これは農協、協同組合組織でなくたっ
て公益性や社会性がある仕事はありますから、だからその前に農業者を全部抱え
ているから農協は公益性がある社会性があるというのはもしかしたらこれは正し
い理解なのかも知れませんが、私には違和感があります。それでその次の②は
ですね。民間の事業体であり競争に打ち勝つためにはと書いてあるんですが、民間
事業者からするとなんか農協の方が力があって、逆に競争したら農協にやられ
てしまうっていう感じあるのではないかと思うのですが、どう言ったらいいでし
ょうかねえ、他の事業者との競争関係の中に置かれておりとか、なんかそういう
文言のほうが、よろしいのではないかという気がいたします。

それでそうなってくるとですね。ビジネスモデル、新たな農協事業のビジネス
モデルを作るのにあたって、ちょっと戻って(3)の④のところ⑤のところに戻
るんですけども、新たなビジネスモデルの構築に当たっては全国一律で考える
のではなく個々の農協単位で考えるべきというのがこの研究会の一つの結論と言
いますか、多く出た意見だというように思います。同時にですね、民間事業体と

して全農、単位農協や連合会の役割の分担を見直し、⑤のところですが、これは民間事業者として一体どう考えるのかといったことを書くべきで、その民間事業者としてそのありようを模索することとかですね、そういった文言の方がいいのかなと私は思うのですが。これは中央集権的な体制のなかでの役割分担の考え方がまだこの⑤の中にはあって、たとえば民間事業者であればフランチャイザー、フランチャイジー関係であるとか様々な関係があるわけですね。それで単協が農業生産額を増やすために様々な努力をしているというときに、全農とどういう関係にあるのか、全農が一体どういう立場にあるのかというようなことがこの研究会ではまだ見えていない、私自身見えていない。これは肥料を売るとかそういう話は出てきてますが、営農指導に対するさらなる指導体制といいますか、あるいは新たなビジネスモデルをどのように作って全国にある単協を支援するのかという、その関係が見えてこない。

本来農協というのは信用事業や共済事業で事業収益を得るのではなくて、農産物の販売を中心として事業収益を得て成り立つようなモデルにしないと農協本来の意義はないというふうに私は思っているのですが、それをするためにその農協組織が分担制をどのように見直すのか、民間事業者であるとするならば民間事業者らしいモデルの作り方、あるいは統合の仕方、組織対応の仕方等々があるのではないだろうかというふうに思います。抽象的なところもありますけれども以上が感想でございます。

○鈴木座長：どうも貴重なご指摘ありがとうございました。今の点に関連しまして他の委員からも、あるいはほかの点でも結構ですのでさらにお出しただければと思います。なにかございませんでしょうか。よろしいでしょうか。黒田委員は何かございませんでしょうか。よろしいでしょうか。お願いします。

○黒田委員：4回も出していただいて、いろんな意味で理解が深まるにつれて非常に頭が混乱するような、どうすればいいのかなというのが本音でございます。しかしながら、冒頭第1回目でお話しさせていただいたと思うんですけども、あらためて卸売市場の重要性というか、それは先ほどの資料にもございましたように、国産青果物の90%以上が市場を経由しているということを考えた時に、農協改革だけではなくて市場対応の方も含めて考えてやらざるを得ないとは思っております。その中でもJAグループさんの方の考え方、8ページにございます、生産者の手取りの安定化・最大化に向けてということなんですけれども、卸売市場の価格が低迷する厳しい現状が続いておると、確かにこれは平たく言えば非常に価格が安くなっていると、かた一方で全国中央市場青果卸売協会のご要望もよく分かるんですけども、大手量販店の対応の、正直言います、中抜きをされてその残り物が市場に持ってこられるというのも実情としてよく理解ができます。

本当に卸売業の中にいる立場の人間から非常な矛盾がたくさんあって結論が出

ないんですけれども、一つ言えるのは、仲卸の業者も年商で数千万の規模から年商で100億円を超える規模まで非常に多岐にわたっておりまして、その中で一元的な市場の設備の整備であるとか、ずっと戦前から続いてきた市場の構造的にいまからコールドチェーンを作るといのはなかなか難しいのではないかなと。市場を移転するにしても非常に大きな批判もあることをごさいますし、利益相反する部分があって反対する意見がすぐに出てなかなか実現できないというのが実情と思います。

一事業者として言えば、本当にあの今農協さんがいろんな直売所のあり方であるとか、直接販売であるとかそういったことを多岐にわたって市場の対応もきちっとしていただきながら、それぞれの自助努力で利益を最大化するしかないのかなというのが、非常に抽象的な意見なんですけれども、いろんなことが分かれば分かるほど、最終的にはその方向性しかないのかなというのが強く感じている次第でございます。

先ほど大泉先生がおっしゃったように、本来ならば経済事業だけで、農協運営するというのが、個人的には一番正しい姿なのかなと思うんですけれども、今からなかなか経済事業から信用事業とか共済事業を分離する、一体としてやらざるを得ない収益構造になっているのも実情かと思しますので、そのことについては最終的にはいろんな経済事業を収益化しようと思ったら、やはり農政そのものがきちとした方向性を出さないとなかなか難しいのではないかなという感じがいたしております。

量販店さん、私どもとたくさんお取引いただいているんですけれども、量販店さんの動きをしみじみこの20年間くらい見てきて、脱市場をうたう時代があったときもあるし、市場外流通でセンターを自ら作られたようなこともあるんですけれども、ずっとこの20年間見てきてやはり農産物という特性を考えた時に市場の需給調整する機能は無視できない。結局は、市場はなくなるいなあという感じを非常に痛感いたしております。ちょっと結論というか意見がなかなかまとまらないんですけれども、先ほど言いましたように、最終的にはいろいろそれぞれの利益相反する部分があるんで、それぞれの立場でいろんな情報を得ながら自助努力でいろんな努力をするしかないのかなあというのが、今分かれば分かるほど感じている次第でございます。ちょっとばらばらな意見ですけども。

○鈴木座長：はいどうもありがとうございます。いろいろ利益が相互に矛盾するような点もある中でどういう方向性をまとめるかという難しさもあるというご指摘がありました。それでは他の委員、いかがでしょうか。もしありましたら順番にお願いできますでしょうか。河野委員。

○河野委員：はい。文章に沿って考えをまとめたわけではなくて、3回を振り返って自分の頭の中で少し振り返りをしてみたので、すみません。文章に沿わないかと

思うんですけれども、この3回いろいろ先進的な事例、新たな芽ということで伺ったところで、自分の知らなかった新しい取り組みがかなり広がっているということを実感いたしました。加えておとといになるんですけれども、前回のところでコープネット事業連合赤松のほうから説明もさせてもらったんですけれども、コープネット事業連合が協同組合間連携をしている、事業連合エリア内のJAとの交流会が土曜日にありました。そこでの2、3、私が感じたところなんですが、例えば茨城県の方が、海外、特に韓国で作られているパプリカを作ろうとしていることだとか、一回不祥事があって落ち込んだJA佐渡のところが、農水の協力もあって新しい経営ビジョンをつくったとか、まだまだ新しい芽というのはあるんだなあということを実感しました。

それで行きますと今日の2ページ目のところにあります(3)④のところで、新たなビジネスモデルの構築に当たって一律に考えるのではなく、そのとおりだと思ふんですけれども、やはりそのことの共有化というか、学びあいというか、そのこともきちっと位置付けていくべきではないかなあと思ったのが1点です。

もう1点はやはり担い手のところの不足をいろんなことで今支援をしようとしていますけれどもそれも事業の中にきちっと位置付けてやっていくことが必要かなあというふうに思いました。

それから、先のご意見もありましたけれども、(農協の)性格の中に、経済事業をきちっとしていくということもあるんですけれども、(4)①に入っていることにはやっぱり違和感があるんですが、公益性・社会性ということも最後の中にはきちっと入れていただいて、どういうことがそこにつながっていくか議論がもう少し必要かなというふうに感じました。以上です。

○鈴木座長：ありがとうございます。それでは齊木委員お願いします。

○齊木委員：はい。私も一番気になったのは(3)の④のところでして、この文章だと「個々の農協単位で考えるべき」という表現ですので、「～なので考えてね。」というふうに投げちゃっているように見えるというか聞こえるわけですね。これも「個々の農協単位で考えることが何なのか」というか、その考える軸ですよ。その営農類型や地域環境も含めた形で」と丸めてしまうのは簡単なんですけれども、ここからの新しいビジョン、新しいビジネスモデルを作るための議論を始めるために、個々の農協単位で何を考えるべきなのかというのはどこかやはりもう少し上というか、中央的なところであったり、政策の方であったりするのかもしれませんが、そういうところで考えていかないと、「はい。新しいビジネスモデルを構築してください。」といっても無理なんだろうなと。

私はこの委員をお引き受けするまで、こういうことに関しては本当に何も関係がありませんでしたので、逆に新しい取組とか新しい芽という事例を拝見した時に、何が新しいのかよくわからなかった部分も逆にありまして、これぐらいのレ

ベルなのかという思いも実はありました。それは私が3回を通じて申し上げてきたことと関わるんですけども、何か偶発的なことにすごく頼っているというのが一番気になるところで、もう何度も申し上げているんですけども、それが嫌だなあと。それを変えるような形での方向性をどこかで議論していただけると一番いいだろうと。「新しいビジネスモデル」という言葉で括るのもなんだか気持ち悪い感じで、もう少し具体的な、これは次の販売力の強化のところで若干申し上げたいなと思っていたところではあるんですけども、とにかくじゃあ今後これがまとまったときに、どういう議論をどこからどなたが始めるのかということですね。その一つ一つの項目であったり事項であったりというところを整理していかないと進まないイメージがあるので、そこが一番気になっているところです。

○鈴木座長：はい、重要な論点ありがとうございます。では柴田委員どうぞ。

○柴田委員：特にはないんですけども、私も頭の中の整理がちょっとできてないんですが、確かにここの論点④⑤のところですけど、生産者側から見た時にはここでいう単位農協と連合会の役割はあると思うのですが、こと営農なり新しいビジネスモデルという、こんな視点で考えた時には、生産者側はその役割を果たせるところに機能があると見ているのであり、そういう意味から言えば単位農協と連合会の機能の垣根は私は低くなっているんじゃないかと思います。齊木さんが言うように単に新たなビジネスモデルという言葉で括るのは違和感があるかも知れませんが、私はこの芽の出し方は良いのではないかと思います。それでなおかつそれをどうやって具現化するのかといったところに、効率性・専門性云々と書かれてますけれども、ここは農協、連合会がこの地域の中でそれぞれ役割をどのように担うのか、こんなことなのかなと思います。

○鈴木座長：ありがとうございます。杉山委員お願いします。

○杉山委員：今齊木委員のほうから④の個々の農協が何を考えるべきかというお話がありました。確かに、ビジネスモデル構築という中で農協がどう考えるかというところが一番大切なものなのかなと思っております。特に、JAのしくみの中で一番今大切なことというのは、地域の農業をどう守るのかと地域の農業をどう発展させるかということが第一義であると思っています。そういう意味では、かなりいろんな地域でいろんな取組をされておりますし、農業が見直されていることは、農協としては喜ばしいことであり、また大きな励みとなっております。農協としてはここでいう新たなビジネスモデルの構築の中では地域の農業をどう守るかということについて具体的な動きができると考えております。その中で、営農経済事業だけで成り立つ農協経営が私も一番いいと思いますが、農協発足当初の営農経済事業の手数料については伝票代でいいだろうと、金融・共済があるから

というような動きがたぶんにあったと思いますし、その手数料を今後組合員のみなさんに部門採算のために負担をしていただくということには具体的にはなりませんので、農協としてはいかにしていわゆる生産者手取りを大きくするかという中で、組合員農業者とともに、先ほど申し上げた地域の農業を守るという観点の中からも、いわゆる営農経済事業を独立採算的なものの考え方をどうするかというところも当然はいつてくるべきだろうと考えています。ただ今の農協は、総合力をどのように生かすか、金融・共済事業も含めて、農協の総合力をもってして生産力の増大、所得の確保により地域の農業をどう守るか、あるいは地域集落をどう守るか、そんなような整理をしたいなと私は個人的に思っております。以上です。

○鈴木座長：はい、ありがとうございました。経済事業等がその他の事業を含めて農協の総合力という点かそういう点をどう整理するかという点を御指摘いただきました。成清さんどうぞ。

○成清委員：それでは、この論点整理の原案について感想を申し上げますと、特に異論はありません。この委員会でこれまでいろんな意見が出されましたが、誤解があるといけなないので、農協系統の組織について少しコメントします。まず単位農協、すなわち市町村段階で農協があつて、県域段階で連合会があつて、全国段階で連合会がある、こういう構成になっています。単位農協の組織意思の決定は、独自に理事会があり総会があつて独自に意思決定がなされます。したがって単位農協と連合会の関係は単位農協の意思決定が主で、連合会はそれを事業的に色んな面で補完をするという関係にあります。したがって、先ほどから出ておりました中央集権的に全国連合会である全農が何かを決めて上意下達的に通知をするという関係にはありません。また、原案にも書いてあるように、農協系統は単位農協も連合会も民間の団体、民間の組織です。その民間の組織が事業運営について箸の上げ下ろしまでなぜ監督官庁に言われなければいけないのか、という基本的な問題があるなかでなぜこの原案を了解しているかという理由を申し上げれば、この1ページの(2)②、「現在の農協事業は」、3行あつて「実施されているとは言えない状況」という認識について、同意しているからです。われわれ農協組織は同じ理念と行動原理で設立されているとはいえ、独立した組織である農協を基本にしている関係上、全体として何かをめざす場合、運動の形をとってきました。時代が大きく変化するなかで、農協の事業運営をその変化に対応させることにより生産者の支持を得ている先進的な農協が各地に存在しますが、全国的には「先進的」という言葉をつけないければならない実態だと思われまます。われわれ農協組織が、これからの社会において国民の支持を得てきちんとして地位を占めるためには、原案にあるような取り組みが多く農協でなされることにより、この「先進的」という言葉が不要になるときだと考えています。

○鈴木座長：ありがとうございます。単協と連合会との関係についても見方を提示頂きました。それでは牧委員お願いします。

○牧委員：僕はなかなか難しいことはあれなんですけど、これによると、とにかく農協さんを責めたいようなことも多いのですが、実はこれ組織であって農業協同組合で私も組合員なんですけど、組合員そのものの教育がなかったような気がするんですね。現場的に簡単に言うと、今零細農家が大規模農家に反発して零細農家切り捨てるかという話があるんですけど、実は零細農家が借金であえいでいるということは何で早くに教育しとかなかったかということ。

例えば営農指導のときに販売とか購買とかいうんですが、経営の中を見ればこの農家には大型コンバインはいらないと思えるところに大型コンバインが入るんです。それはなぜかと聞くと、あの人が欲しいと言った、その人が欲しいと言ったのはいいけど、担保で農地があればいいんですが、担保にならなくなると不良債権になるんです。これ結構調べてみたらほとんどが破産寸前の経営になっているはずなんです。もう破産している。それをはっきりと言わなかったというのは大きな問題だと思うんです。

我々もそうなんですけど、非常に言いにくい、あなた鎌で刈りなさいとコンバイン買うのやめて鎌で刈りなさいと言えない、だけどそれをいう勇気がいった、あなたは鎌で刈れば儲かりますよと、それをしなかったために一律同じものを提供した。

有機栽培とかなんとかいろいろありますけども肥料が高ければ肥料に代わるものがいくらでもあるんですけど、それをするっていう農家も育てていなかった。だから今から例えば三反、五反の農家がもし本当にやっていってもらえるのだったら、組織をうまくまとめれば有機栽培の農業も何ぼでも増えると思うんですよ。だけどそのノウハウを伝えてない。それで、彼らに同じような道具を与えてしまうとそれは当然借金を抱えるわけです。だから営農指導の重要性っていうのはそこなんです。

新しい技術だとか新しい品種だとかそういうものはいいいんです。経営の中身をちゃんと見てやるということ。例えば農協は金融をもっていますから、金融でやらないといけないところも出てくるわけですよ。そうすると、僕は内部の改革しかないと思う。要するに農協そのものが改革していく。割り切るわけですよ。金融は金融、営農は営農と。

これはあなた簡単に言うなといわれるかも知れないですけど、実は一例ある

んです。私の地域の今治地区というのがあるんですが、そこで直売所を作った。そこは完全に補助金も何も使わないで、農協が負担して、経営的には全部独立採算でやっているんです。中のレストランを運営しているのも全部一般人です。農家の奥さんでやっているんです。これね、ものすごくいい例だと思うんです。そこは担当者に全責任、お前の責任でやれ、金は出すけど口は出さんとやっちゃったんですよ。それでこれでもものすごい利益上げています。これは零細農家を間接的に救っているわけです。

だからそういう農協改革の中に前例、実例いわゆる模範的なモデルの農協があるんですけども、そこをどう応用していったかということも問われます。これだけ時代が進んできてこういう時代になった。早急に動ける訳ですよ。誰でも。そのサンプルを提供して行ってやるべきです。ここで新たにその各農協が努力してそんな細かい仕事言う必要ないんで、やれるものをやりなさいよと。組織というのはこれもう、守るところは守らないと、ルールは守るべきところは守る必要があるでしょうけど、目的は何かというと、生産力の確保とか、担い手の確保とか、消費者に対してどうするかでしょ。そうしないと市場も大事ですが、契約数量をもって消費者に対して安定的な野菜を供給しようとするのと、担い手とか農業者そのものが生産コストをちゃんと考えて生産してないと、いつまでたっても高い相場が値段になるんです。だから契約を守っていくというんだったらその部分の教育をしないと生産力は伸びないです。

まして、できることならですよ、地域の法人なりと連携していくとなればですね、地域の法人というのはね、明日、明後日やめるためにやっているんじゃないんですよ。将来的に経営していかないといけない。そうすると、高い値段だとか安い値段とかでないんです。経営を維持できる価格帯を求めていくんです。それで作っていくんです。それをどうやって次のコールドチェーンにつなげていくかということになるわけですから、生産力を維持するために、何が必要なのかというと、先ほど言ったような、経営の中身の検討をしておかないと。極端に言えば、坪50万円も100万円もするところで百姓やめなさいよというのも一つかもしれませんね。それは、生産緑地として可能であれば生産緑地というのを出してやって農業外のことでしょってことも伝えてないと。

農地は消費者からみるとどこも同じなんです。地方で問題が起きているのは、不在地主がどっか行って地方の土地の価格を東京の価格と同じ価格でみる人がいるわけです。そうすると地域で非常に困ることがあるんです。だけど農業から離

れて遠くへ行くと、どこに行っても農地は同じだと思うんですよ。一般の人は。教育ができてないんです。農民教育。これは僕は農協の一番の問題だと。農民教育をしていればこんな問題はなかったんですけど、どんどんどんどん離れていくんですね。

教育に金かかるから、教育はできるだけやらないほうが金がかからない。だけど公益性だとかなんとか、公益性なんか誰か言われたけど、そんなもん社会で会社作っていたらみんな公益性必要なんで、公益性のない会社なんか残る必要はない。これはもう農協だけの問題ではないです。だからそういうところをもう一回きちっとこういう風に考えていかないと、これはどうしようもなくなると思うんですね。

小さいこんな日本、カリフォルニアほどもないわけですから、こんなとこいくら頑張ったって世界に勝てるわけない。だから世界に勝てるわけないものだとすれば、今何をするかっていうことを考えていかないと、これはやはり大変じゃないですかね。だから、いろんな企業が、僕はその悪口ではないですよ、農業に入ってくる時に何をいつてるかという、農業を助けることが公益性のような顔をして言っている訳ですよ。これはもう農協さん気合いれなかったら、お株とられます。お株とられないように、公益性というのはあたりまえのことですからお株をとられないようにしてほしいと思っておりますね。だめならしょうがないですけど、だいたいこんなとこです。

○鈴木座長：どうもありがとうございます。具体的な事例に基づいて教育機能という観点について御指摘いただきました。それでは吉口委員。

○吉口委員：ここに書いてあるひとつひとつの文言を突き詰めていけば、いろいろ細かくあるんでしょうけど、大局的な方針としてみれば特に大きな問題はないというふうには受け止めています。

やはり重要なことは、この方針を受けて、どのように具体的な施策を立てていつまでに誰がどのように行っていくかというところが一番重要。目標、実行力、徹底力、それが重要なんだと思うんですが、それらについては当然ここで決めるような話ではないと思うんですけども、過去3回今回で4回目出させていただいて、その辺の目標がないとか、実行力がないとか、その辺が一番大きな問題のように私自身は感じています。

この新たな農協事業の構築、農協さんのことからちょっと外れるんですけども、やはり卸売市場というのは物流機能だとか需給調整機能からみれば非常に重要ですし、無くしては今後もありえないと思っているんですけど、そういった中で業務

用の拡大に伴って加工品需要が拡大してきているんですが、それに対しての時代変化の対応ができてないと。ホール野菜だけを取り扱っているようでは当然衰退の一途をたどってしまうと思うんですね。先進的な事例を見ると、コールドチェーンは当たり前のこととしてカット野菜工場だとか冷凍設備まで兼ね備えてですね、物流センター化しているところも出始めている。話しを聞くといろいろな規制があって非常に難しいということのようなんですけど、このようなものが理想の卸売市場だというふうに私は思っていて、やっぱりこういった卸売市場が今後どんどん拠点拠点をできていって、作っていかないといけないなと言うふうに感じています。以上です。

○鈴木座長：卸売市場についても御指摘いただきました。どうもありがとうございます。

いろいろ御指摘いただきました。委員の皆様の間でもやや意見の異なる点もあるように思われますが、さらに委員の皆様の中で、今の御指摘をお聞きして特にご意見がさらにあれば、はいどうぞ。

○河野委員：1点質問をさせていただきたいと思うんですけど、先ほどJAの組織、単協と連合会との関係でご説明いただいたんですが、そこで、質問なんですけど、単位農協は理事、理事会があって総会があるというお話でした。生協も同様です。その中でガバナンスとしてそこがこうあるんだということなんですけど、その改善ですとか考え方が変わった点ですとか、さらに努力できる点というのがあるんであればそこをちょっと伺いたいと思います。

○成清委員：今の点はどういう質問ですか。

○河野委員：理事会、理事を選出されますよね。地域で、農協の中で。その理事選出というのはこの間、生活協同組合でいいますと、改正生協法がありまして、ガバナンスのところより社会にわかるようなものにしようということで、かなり理事会の人数を狭めてきています。

そのあたり農協は少し早く行われたと思うのですが、理事の選出というのはどういう方が理事になって、その理事の方々が理事会を構成していろいろ決めていくわけですね。そこらへんの改善点でこれまでのところであったのであれば、そこを伺いたいと。

○杉山委員：私、単協ですので申し上げますが、理事は正組合員のみなさん、大半は集落の農業者の代表の方々が理事さんに選出されており、組織代表ということで選出されております。そこへ、実務経験者ということで学経の常務が2名ないし3名選出されて運営しております。農水省の指導の中では、実務経験者が中心となった理事会と集落地域農業者代表で組織する経営管理委員会とで組織される場

合もあります。JAはが野は広域合併でありますけれども、経営管理委員会制度ではなくて、今申し上げた集落の農業者の代表である理事さんと、実務経験者の学経理事とで運営しております。選出方法はたぶん生協とそんなに変わりはないというように思っています。

○鈴木座長：よろしいですか。それでは、時間が押していますので、また色々後でまとめてありましたらご議論いただくとしまして、販売力の強化という部分につきまして、特に集中的にご意見をいただければと思います。この点についてはいかがでしょうか。どなたからでも結構ですが。もし、特にということであれば、今度は吉口委員のほうからコメントいただければと思います。

○吉口委員：まずコールドチェーンのことなんですけれども、流通の多様化だとか、複雑化ということで、非常に構築が難しいということが出てくるんですけれども、もっとですね、簡単に考えていただければというふうに思います。

説明いただいた資料に基づいて言いますと、軽トラックでJAまで運ぶと、ここは常温輸送になってしまう。別にここについては、これでしょうがないと思うんですよね。予冷設備についても各JA等々で、立派なものが各拠点にありますので、ここもほぼ問題ないと思っています。ここでせっかくですね予冷をして温度を下げて、途中の保冷車で運び、さらに市場に着くとまだまだ冷蔵庫が足りないということで、元通りの、温度でいうと20度みたいな温度に戻ってしまうということで、そこを私としては問題としているわけなんですけれども、農水さんのほうから説明がありました中央卸売市場における低温卸売場の面積率が7年間で6.6%しか増加してないんですね。これを年間あたりに換算すると0.94%しか増えてないと。ということで、100%にするのに何年かかるのって計算すると94年かかってしまうんですよ。こんなんではだめなんでやっぱりせめて10年後くらいまでに達成するように、目標を作るべきというふうに考えているんですが、じゃあ、面積率100%まで必要かどうか、そのへんの議論もありませんし、まずその目標を作るところから考えるべきじゃないかなというふうに思っています。

あと保冷車についても、当然トラック、長距離を走れば大体10年くらいでポンコツになると思いますんで、それに合わせて、新車購入する時に、冷蔵車に切り替えていただければ、大体10年位で切り替えが終了していくと思いますので、両方あわせて10年後を目標に取り組んでいただければということで考えております。

それから、農協と実需者との直接取引を拡大していくためには、数量の遵守が必要なんですけれども、契約価格よりも相場価格のほうが高いと生産者は市場に出荷してしまう、相場価格のほうが安いと実需者は市場から仕入れる傾向があるということで、お互いに契約を守るような仕組みを作っていただいて罰則を設け

るようなことまで考えていただければとそういう風に思います。以上です。

○鈴木座長：はい、どうもありがとうございます。それでは牧委員お願いします。

○牧委員：契約栽培というのは、本当に例をあげていいのかわかりませんが、うちの近所の農協なんかそうなんですけど、見て見ぬふりになるんですね。

例えば共販体制でありながら、農家も農家だし農協も農協だな思うんですけど、地方に行けば地方に行くほど、共販で販売すべきレタスが共販よりも高かったら、共販の袋のままどっかへ出て行ってしまって、それでも文句いえないとかですね、なあなあの世界がずっとあるんですね。だけど、実はそれはだめですよというのが、先ほど言った教育なんです。我々だって喉から手が出てくるぐらい出したいです。キャベツがこっちは100円でこっちは50円ならば、100円を出したいです。だけど、これをやると、先ほどいわれたようなコールドチェーンであれなんであれ全部狂ってしまう。システムでやれば、例えば、極端な話、1年中50円の原価のキャベツが消費者に行くわけです。どこかが守らなかったら、全部狂ってしまうんです。だから我々は消費者に目を向けると、わかりやすいようにやろうとすると、ダイレクトに送るか、信用できる業者を1つ2つ取り入れるかしかないわけですよ。

だから、今ここで真剣にいくら考えても、さきほど九十何年とかいってましたけど、ここでやるかやらないかという時期に来ているわけです。先ほど齊木さんが奥歯になんか挟まった言い方をされた気がするんですけど、実は、今すぐにやれることばかりです。ここにあることをやるかやらないかじゃないかと思います。だから今すぐにでもやれることを、それぞれの都合を言うからいつまでたってもできないのが現実だと思います。我々だって、言いたいことはありますけれど、それをやらないことには、物を生産して販売できるということが不可能になるんです。キャベツが平均して50円だったら、50円で作るっていう努力をしないと、消費者はキャベツが買えなくなるわけです。

別にキャベツが無くてもいいんですけど、キャベツじゃ無ければ駄目なんだっていう消費者がほとんどなんです。消費者教育なんか当然できないと思うんですよ。生産者教育はできないのなら、当分、消費者教育なんてできませんが、消費者って言うのはレベルが上がっていただかないとどうしようもない。

例えば、皆さんご存じでしょうけど、イタリアでスローフード運動が起こったというのは、消費者から起こってくるんです。何でかっていうと、将来不安だから、ファーストフードの店なんかぶっ壊すぞということが起きてくる。日本では起きないですよ。それで、結局、本当の物が食べたいという消費者があって、その本当の物を使った加工業者があって、それにつながったものがスローフード運動であって、日本のスローフードのようなスローフード協会を維持するようなスローフードじゃないわけですよ。ここをとにかく勘違いしないようにすすめな

いと、また同じ事をやってしまう。

それぞれが、今、ここに具体的に、良いことも悪いことも色々あるでしょうけど、1つ1つ、やるかやらないかで、社会とか消費者の評価が、もう、一日一日変わっていくという状況じゃないかと思います。僕は流通であれ何であれ、そこだと思います。だから契約の概念、今はとにかく契約をしましよとどんどんいわれるけど、言葉だけが先行したってどうしようもないんで、契約栽培が実際にできないと、だれも認めてくれない。

市場の方には申し訳ないけども、本当にコールドチェーンが確立すると、実は市場はいらないんです。アメリカに起こったのはそれなんです、これは40年前に起こっているわけなんですけどね。これをいつまでも言ったってしょうがないんで、契約栽培を確立したらですね、市場はいらなくなるんです。これは仕方が無いと思います、これをそれぞれがどうやって考えているかというのを、今真剣に議論しておかないと。社会っていうのは、どんどん変わっていきますから、われわれ生産者がとか、市場がとか、消費者が変えたりするものではないですから、その部分だけは今非常に大事な時期だと思います。ちょっとかなり異なることを言いましたけど、以上です。

○鈴木座長：どうも、市場の機能についても御指摘ありましたが、成清委員お願いします。

○成清委員：基本議論は先ほどいいましたから、割愛して、先ほど出された契約数量の遵守や品質管理について少しコメントしますと、青果物の場合は、農水省の資料にもございますように、天候に左右されやすく、保存性が乏しい、という特徴があって、畜産物などに比べると、数量の減収、品質管理については、かなり難しい面があると思います。従って、現実的には、お互い納得づくで、少しアロワンスを設けるなど、何らかの補完措置が必要だと思います。

○鈴木委員：はい。どうもありがとうございます。では、杉山委員。

○杉山委員：販売強化の中では、人材育成という項目が出ておりますし、そのとおりだと思います。これからも人材育成をしていきたいと思います。

先ほど全農の説明の中にも、生産者には保冷車がないのが大半だと、吉口委員からもしょうがないのかなとお話があったわけですが、私の農協では、生産者に全戸予冷庫を用意して、コールドチェーン化については、保冷車も予冷をして、生産口からのコールドチェーンの観点については、しっかりやっているつもりであります。そういう意味では、できることは全部やって、いかにして生産力を高めて、いかに高く売るかというところを、やっているところもありますので、できるだけそういう方向が、全体としての押し上げが必要だというならば、そうい

うような方向も必要だと思います。

契約栽培についても、JAの実力の世界と思いますので、JAのエリアの中で、いかにしてどう確保しているJAがどれだけあるかと、いうふうに思いますから、JAの実力発揮がどこまでできるか、これは、全農、全中を含めて、そういうふうな動きをして、エリア確保というものを含めて、契約栽培は契約栽培で、それぞれのニーズに合わせた、生産者のニーズにあわせた売り方をしたい、そういった部分を含めて、やっていくべきなのかなと思っています。いずれにしてもJAの販売力強化については、このとおりに取り組んでいきたいと思っています。

○鈴木座長：ありがとうございます。それでは柴田委員お願いします。

○柴田委員：さきほど私どもVFSの事業の中で話をしましたけれど、吉口さんがいわれたように、このVFSでの契約販売を十数年やってきているんですけど、やはり契約概念の無さはその通りだと思います。市場が安ければ契約しても量販店はそちらから調達するし、市場が高ければ契約しても産地は市場に出荷する。そんな契約取引をずっとやってきた経過がございます。今は契約が履行されるようになってきましたが、事業を継続して行く中で、契約概念を互いに理解し始めたということかと思っています。その間我々は何をやったかという、先ほど成清専務がおっしゃいましたけど、農産物というのは、工業製品じゃない、これは当たり前のことなんですけど、天候に左右されやすい、場合によっては、出荷時期についても、遅れたり早くなったりする。そういったこともあります。そういったことを双方に理解してもらい、多少のアロワンスを設けた契約形態を2年ほど前からやらせてもらっています。こうしたことをやりながら、産地側、販売側、量販店などに理解してもらい以外はないかと思っています。ただ、これからは契約生産・契約販売は卸売市場との関係も含め非常に重要だと思っています。それから、もう一つ、今の卸売市場との関係であります。これも茨城の事例を言いますと、卸売市場や仲卸はいろんな情報をもっています。今までみたいに作れば売れるみたいな考え方ですと先細りではないかと思っています。市場との関係はコラボレーションと言う訳ではありませんが、彼らが持っている情報や消費者ニーズを、産地に提案しながら新たな産地を作ると言う事業展開を私どもはしております。具体的には「みず菜」がその例です。必ずしも、卸売市場とか量販店がどうのこうのじゃなくて、産地側としては彼らのニーズにあったものを生産誘導していくということだと思うんです。卸売市場との関係も先ほど整理をさせていただきましたけれども、そういう提案ができる取り組みが大事ではないかと思っています。

○鈴木委員：はい、ありがとうございます。先程来ていますとおりの、今御指摘いただいた、契約概念の問題。アロワンスの問題も今も御指摘頂きました。それから、卸売市場をどう捉えるかという点も、議論あろうかと思っています。齊木委員お願い

します。

○齊木委員：ここに関しては、いっぱいありすぎて、何からいったらいいかわからないぐらいなんですけども、そうですね、一番大きいのは、さきほど吉口さんがおっしゃっていましたが、今後何をやるにしても、目標設定ですね。コールドチェーンのことは私もよくわかりませんが、人を育てることにしてもそうですし、今後直売なんかの動きに関してもどんな風に盛り上げていくのか、それぞれの地域でどういう活動をやるのかということに関しても、全部目標を設定して、実行計画をたてて、それを進捗マネジメントをして、振り返りをしてっていう、いわゆるPDCAサイクルの部分ですよ、そこをきっちりやっていくのが一番大事なんだろうというのが全体的な思いですね。

先ほどから色々いっぱいありすぎて、私だけしゃべるのもあれなんで、まとめていいますと、牧さんもおっしゃってましたが、色々やっている、色々な取組みがされている、というのはわかったので、それをそれぞれのところでやろうとした時に何が問題になってどうなってこういう風に出てみたいなどの、具体的な議論をとにかく、もう「ここでやる」というのを決めるというのが一番大事なんではないかと。

私は専門がマーケティングなので、基本的にこんなものができちゃってもあんなものができちゃっても高く売り、いかに買い叩かれないようにするかということ、企業の方々と議論をしてきてますので本来であれば、突き詰めて議論をしていけば、高く売る方法なんていくらでもあると思っている。もちろん、農業生産物というものの特殊性で、あれもできない、これもできないということがあったり、それぞれの組織の問題や制度の問題で、これもできない、あれもできない、っていうようなことが一杯あって、ここまで来たんだろうなという想定なんですけど。それもひっくり返して、これまでの制度であったり当たり前であったインフラの部分っていうのをひっくり返した上で、きちっと高く売るための仕組みなり、戦略なり、戦術なりっていうのを考えるのが必要なんだろうなと。

実際、新しい取組に関して、「この程度か」と思ったというふうに先ほど申し上げたんですけども、その内容を一個一個いうとそれも時間が無いのでやめますけども、それぞれの取組が、この業界で新しいとしても、他の業界で見れば、ある種、「どんくさい取組」といえなくもないものがたくさんあって、「私に関わってればもうちょっとこうした」といった事例がいっぱいあるわけですよ。そういうようなことも、どんくさいことでもやらないよりはマシで、じゃあその「やらないよりはマシなこと」を全体的にやることを考えるべき。それもできる農協さんとできない農協さんがあり、できる地域とできない地域があるというようなことなんでしょうけど、それを、私はそれを本部的に上意下達でやってくれと申し上げているわけではなくて、その辺の所の情報共有のしくみとか、こういう人がこういうふう集まって、こんなふうにした方がいいよといったこと

であったりとか、そういう地盤の地盤の地盤みたいなやつですよ、そういうその基礎の基礎みたいなところを、どういうふうにするかということが、これからの議論なんだろうなと思うんですね。

本来であれば、この委員会で具体的にその加工品の作り方であったりとか、売り方であったりとか、あるいは、こういう風な物ができちゃった時の売り方まで、本当は議論を私はずしたかったですけれども、そこまでできないようなので、逆にいうと最初に申し上げた目標管理、PDC Aの問題と、どこが何をどういうふうにするかということと、それから、基礎の基礎の基礎作りのところ、3点ですよ、ここが、今後ほんとにやっていって頂きたいなと思うところでございます。

○鈴木委員：どうもありがとうございます。河野委員お願いします。

○河野委員：先ほどから消費者ということが出てきておりますので、私もそのへんに触れたいと思います。消費者は、畑を持っていない人は、家庭菜園をやっている人もいますけど、買うしかないんですよ。作りたいなとか、生産へのあこがれはものすごくあります。

個人的に言いますと、私のうちは代々東京、東京でも畑はありますけど、本当に戦争中に苦労して、食べるものがなかった母親の飢餓体験から、母が生協に加入して私の今に至っているわけですね。本当に生産へのあこがれがあって、作ることの大切さは重々わかります。ただ、買うしかない。欲しいものがあるし、これだけグローバル化されていると、外国の新しい野菜も食べてみたいとか、色んな要望、要求もあります。

そういう中でやはり、先ほど、消費者の教育なんかいつまで経ってもできないって牧さんからも言われたんですけど、消費者ってどういうことをイメージされるのかなって思います。どこかの資料に入っていましたけど、野菜の規格をしなければならぬように書いてありますが、本当に規格をしなければならぬって消費者が言っているんでしょうか。売る方がその方が売りやすいとか、ケースに納めやすいとかそういうのがあるんじゃないかと。バラバラにできた野菜でも、今ほど農産物へのあこがれとか、こういうものが食べたい、新しいとれたての野菜が欲しいという消費者はものすごく関心も高いし、そういうものを要求している消費者ってものすごい多いと思うんですね。なんか一方的に規格はこうじゃないと買わないとかいう時代はあったかもしれないですけど、今は違うと私は思っています。

なので、どんなふうな消費者を想定されているのかなというのも一点気になるころではありますけれど、そういう、こっちは変えて、こっちはリタイアということではなくて、その連携とかここにも書かれているとおり、どうしたら情報の共有ができるのかなとか、売り方買い方の所やそういうところが一緒に考えていけるか、そこをやっていく必要があるなと思います。

コールドチェーンのところは吉口さんのところと重複するので、省きますが、もう一点、販売企画力のある人材の育成確保とありましたけれど、あの、JAの持っている人材力というのは素晴らしいものがあると思いますけど、ただ、活用の仕方がもう一つかなと思うのは、事例として一点。生協はよく、JAといえますか、生産者の所へお訪ねして、子供達も連れていったりとかで学習などをする機会もあるんですけど、子供向けに教えてくれる方が、とても小学校3年生にはわからないぞという説明をよくしてくれます。せっかくもっているインフラや能力や人材を、もっと具体的にわかるように教えてくれる、そういうところの開発も必要かなということなので、販売力じゃないところの人材育成も、加える必要があるのかなと思います。以上です。

○鈴木座長：どうもありがとうございます。黒田委員お願いします。

○黒田委員：契約についてなんですけれど、これはちょっと2つに分けて、業務用と青果用に分けるべきかなという感じをしております。私ども、どちらもこの事業やってるんですけど、特にカット野菜につきましては私ども始めて25年以上になるんですけども、カット野菜事業というのはやり始めた頃というのはある意味バクチ打ちの商売でありまして、入り口の仕入れ側の原料が安定していなかった時代があったんですけど、最近につきましては契約意識は、使う方の業者の方、出荷される生産者の方も、かなりこれの意識については高まっていると感じております。こちらにつきましては非常に進んでいるかと思っておりますけども、今回の異常気象になったときには、非常にやはり、逼迫しますんで、その点におきましては、やはり市場というのが調整機能として、役割を果たすという感じになっております。

青果につきましては、アロワンスという話が先ほどからありましたけれど、実情としましては、契約書を結んで、契約栽培しているかと、われわれの業界団体とこっちのある大学の大学院の先生からアンケートがありまして、実態としては、契約書を交わして契約をしているのが実情としてはほとんどない、いわゆる信頼関係でやっているのが実情と思います。青果物につきましては、契約が非常に難しいのは、末端の、需給相場で、やはりそこらがめまぐるしく変わるんで、これらにつきましては正直、仲卸の実態をまだわかっていただけないんですけども、そのリスクがほとんど仲卸の方にしわよせになっているというのが、卸業の現状疲弊した状況を生んでいるのかなというのを感じております。平たく言いますと、大手量販店さんが指し値をされた値段につきましては、安値相場になれば、本当に上場企業でさえ簡単に反故にされるというのが実情がございます。逆に高くなれば注文が殺到するというのが、実態としてございます。この辺につきましては、やはり、もう少し、行政として何らかのルールを決めないと、リスクの分担という観点におきまして非常に疲弊しきった状況が卸業の中では行われている感じが

いたしております。

その状況なんですけど、まあ規格のことで河野委員からお話があったんですけども、青果物につきましては、業務用については、楽な状況で、キロ単価で契約をされるんですけども、やはり日本人の特性というのは、我々多くの消費者に触れるようなお取引を全般にさせていただいているんですけども、まだまだそういった認識が欧米よりはまだ低いのかなという感じをいたしております。あと、量販店さんの実情も、EOS発注されるので、現実的な細かな等階級の発注単位がないので、どうしても大根であればLの10本売りといった発注されますので、工業製品でないもののギャップがでてくるので、どうしても規格化しないと発注しにくいのも実情であろうかと思えます。総合的に農協さんの今までの過去取り組んできたものについては、その時代時代で自分としては、規格の細分化であるとか、そういったことについては、どちらかといえば、生産者側の方は非常に対応されたような感じは、僕はいたしております。

あと、先ほど吉口委員の方からお話ありましたように、マーケットが業務用の需要が拡大してきてるんで、今後生産者側にとっては、需要対応する生産につきましては、安定的な出荷ができるのかなあと、2つの商売を私たちはしておりますので、そのような感覚を受けて事業をやっているところでございます。一応、声と言うことで。また農協の方、そういう関係の方、感じ取って頂いたと思えます。以上です。

○鈴木座長：ありがとうございます。それでは、大泉先生。お願いします。

○大泉委員：販売力の強化に関しては、これはもっともな話で、中身に関して異論はありません。それで結局なんていうんでしょうかね、農協の新事業を展開するというのは、マーケット対応、市場にいかに対応するのか、それができる人材が必要だ、経営センスが必要だということなんだろうから、この(1)の①のところは非常に大事なポイントだと思います。それで、その後の構成なんですけど、(2)はこれは市場外流通の話ですよ、(3)が直売所と生協との連携ということになっていると、(1)の②が市場流通の話なんだろうかね。やはり65%くらい市場流通があるわけですから、それに対してどのように対応していくのかというのが大事になっていくんだと思います。

ただ、その際に、販売力の強化というときにですね、農協が単なる差益商人であっていいのかという話が多分あるんだと思うんですよ。差益商人から脱却して付加価値をつけてどのようにその農家に還元するかというビジネスをですね、農協自身が創出できるか、いかに創出できるかということが重要ではないかと。ここに書かれていることは、もっともな話ではあるんですけど、一般論であって、これが絵に描いた餅にならないようにするためには、やはりやれる農協をもう少し支援する体制が必要なんだろうと思います。

おそらくこの研究会はそれがあまりにも少ないので、もっとやれる農協を多くしたいという、そのことによって農業者の所得が増える状況をつくりたいということだろうと思いますので、もっと、やれということだと。そうなってくると、それに対する、例えばビジネスのコンサルだとか、手法だとか、こうやったらいいんじゃないかとかですね。先ほど、官業からの脱却ということが出てきて非常にうれしい話と申し上げたんですが、今度は差益商人からの脱却で、付加価値を形成するようなことをですね、できる農協をいっぱい作っていただきたいというふうに思っております。以上です。

○鈴木委員：どうもありがとうございます。今の大泉先生からの御指摘、また、先ほど齊木委員からもありましたけど、一般論としてこういう方向性とわかる部分と、もう少しできるだけ具体的に何かやり方を書き込めないかという部分も少し検討が必要かなと御意見を聞いていて思いましたが、それぞれこの点についても、一通り御意見を頂きましたけど、委員の先生の中で何かあればと思ったんですが、時間がだいぶ押してまいりましたので、残りの項目を、まとめて、それから最後全体を通じて、さらにこの点はというのがあれば、併せて、御意見頂けないかと思っております。

ええと、如何いたしましょうか。特に全員というわけでもございませんが、どなたからでも結構ですけど、後の部分と、それから全体について、更に御意見ありませんでしょうか。

○大泉委員：これは、意見という訳ではないですけど、4の③と、1の(3)の③がかぶっていないでしょうか。

○鈴木座長：これは事務局の方から少し説明して下さい。

○協同組織課長：御指摘はですね、新たな農協事業の構築の2ページの(3)の③の部分と、4ページの4の③の部分が、似たような事を書いたんじゃないかという御指摘でございます。

ここはですね、中身的にみると確かに同じようなことになってしまっております。前の方は事業のこれからの方向性の問題として書いておまして、後ろの方は、これは確かにスペースの関係で、非常に抽象的な話しか書いていませんが、事業の展開方向として、新しい事業としての具体的なことをやってかなきゃいけないという意味で、書いているところでございます。実はJAレーク伊吹のヒヤリングの際にこういう話がございましたので、ここに書いておりますが、そういう点では書きぶりは変えなきゃいけないかなと思っております。新しい事業展開のメニューとして、農協がこれから取り組んでいくものとしては、ご賛同が得られているのではないかという意味でまとめておりました。

○鈴木座長：はい。そういうことで、少し検討させていただきます。その他の点含めて、もう一言ずつ、これをまとめる段階で、こういうことをさらに注意した方がいいとか、生産資材の問題等、後のことも含めて、それでは、もう一度大泉先生からまたあればお願いできますでしょうか。

○大泉委員：はい、研究会は新しい事業像の構築に対してですね、農協がこれからどうするのかということで、ある意味非常に関心をもって、参加させて頂き勉強になったことも多いのですが、逆に見ると、今までとそれほど変わらないことが、特に2ページ、3ページ、4ページ以降は、ちょっと辛口なことを申し上げますと、今までと言われてきたことじゃないのか、というような気がしないでもありません。

そうしたことをですね、なぜ、こういう研究会においてですね、農協に言わなければいけないのかと、そんな立場に私なんかはあり得ないと思っておりますが、地域経済の担い手である農協が、農業所得を拡大する、農業生産額を拡大していくんだということを真剣になって考えるとすると、マーケット・イン型の新しい農業・農産物供給スタイルを作り上げるということが非常に大事になっていくんだらうということになっていくんだらうと思っておりますがね。

そうなってくると、今まで書いてあって今までも随分色々と言われていたことであっても、それができない理由がおそらくあって、それは考え方もそうですが、多分組織のあり方にも関係するんじゃないかと個人的に思っておりますね、事業のあり方を変えようと思うのであれば、組織自体も変わっていかなくちゃいけないんだらうと、事業のあり方に組織のあり方っていうのが規定されてくるんだらうと、そうしたことも多分これ、変えないと、絵に描いた餅になりかねない話なんだらうと思っております。そうした意味からですね、本当に民間事業者として、これから地域経済を担っていく主体であろうとするならば、組織自体もフレキシブルに考えて邁進して頂きたいというのが私の意見でございます。ありがとうございます。

○鈴木座長：はい、どうもありがとうございます。黒田委員お願いします。

○黒田委員：最後難しい質問なんですけど、ほんとにPDCAがやりにくい業界であるのは事実なんですけれども、先ほど組織のあり方も含めてなんですけれども、成功事例をどんどん情報共有化して、そこも仕組みをうまく作って刺激し合って、進んでいくということを、僕は矛盾を知り尽くしているんで、そんな感じがします。たくさんやろうと思えばたくさんあると思うんですけども、成功事例をそれぞれが情報共有して、そこへ進んでいくというのが方向性なんかあと感じをしております。

○鈴木座長：はい、ありがとうございます。河野委員お願いします。

○河野委員：はい、事業像というふうにいわれた時のイメージというのは、今ちょうど大泉先生いわれたような、今まで言われてきて当たり前のところ以上に、私ももう少し大きな期待というか、もう少し大きな変革があった方がいいなと思います。ですので、具体的な事例、それから、経営の部分もちろんなんですけれども、この今最後の4番目のところの、地域の活性化という意味でいうと、東京を事例にすれば、JAの建物があっても何してるかわからない、時々選挙の説明会をしているなどとか、もうちょっと地域に開けたというか、ともにやれることがまだまだたくさんありそうだなと感じますので、そこら辺もなんかイメージとしてもてればいいかなと思いました。

○鈴木座長：ありがとうございます。齊木委員お願いします。

○齊木委員：4の4番に「農業経営のマネジメントができる担い手農家」とあるんですけども、先ほどからお話がでている教育という面について、それぞれの農家さんが、その、「農家を経営していく」「自分のところできちっと経営をやる」「破綻をしない経営をやる」ということに関するのと、「地域全体をみたときに、その農産物をどういうふうに売っていくのか、どんなふうに盛り上げていくのか」という部分、販売企画力というふうはこちらの資料では記されていますけど、そういう部分というのは両方とも必要で、かつ、スキルが違うんだと思うんですね。それは教育と一口に言っても、末端の農家さんから、企画をするような方まで、あるいは、とりまとめをしてリーダーシップをとる人まで、いろいろな層、段階があって、かつそれぞれにスキルがある。そのあたりも整理して、考えていって頂きたいなというふうに思います。

○鈴木座長：ありがとうございます。柴田委員。

○柴田委員：とくにございません。

○鈴木座長：杉山委員ありますでしょうか。

○杉山委員：私も特にございません。

○鈴木座長：成清委員。

○成清委員：世の中の組織のなかで、事業環境の変化に合わせて、自らの事業運営の方法を変えていかない、あるいは変えていけない組織は、早晚社会から退場を迫られることになるかと考えています。この委員会に系統農協の内部にある者として

参加をお受けしたのは、こうした危機感をもっているためです。

また、立場上系統経済事業をリードする立場にあるものとして、これまでこの委員会でだされた多くの意見や取りまとめなどを今後の事業運営にいかしていきたいと考えています。

○鈴木座長：ありがとうございます。牧委員。

○牧委員：先ほど、河野さんから消費者をどう思っているのかという話がありました。消費者っていうのは、やっぱりわがままです。例えば、河野さんがキュウリ作ったらわかると思うんですけど、ここでキュウリを作ったらですね、多分高いキュウリができると思うんですよ。その値段で買っているかということですよ。買ってくれるんだったら、私は消費者は教育できているんだと思うんですよ。だけどその値段で買ってくれないんですから、消費者は教育できていない。かぼちゃを東京で坪200万くらいのところで作ったらどうなるかということですよ。それが僕の今の消費者の見方です。

今、成清さんが言われたように、僕が危機感を感じたのは、25年くらい前にあるおじいさんが民間会社に勤めていたんです。それで退職して、農業をしようかなと思ったんですけど、その人はたまたま民間会社に勤めていて、さあ機械装備をして、米を5反つくったら、どうなるかと計算したら、これじゃ私の退職金が無くなるということで、「おまえちょっと来て、わしとこの田をつくれ。」と言われたことがある。その時に、その当時の小さな農協の人がですね、そんな小さい農家はほっといたらええでしょうという理事さんがいた。環境が悪かったと思います。すばらしい農協があったらそうならなかったと思いますが、その環境の中でじっと見ているとですね、どんどん農協ではなくて、私のような法人経営者のところに、農地が集まってきたわけです。

これは、何が欠けたかという、コミュニケーションとか言われますけど、集落機能がなくなったということです。そして集落機能がなくなって組織もかわいそうだったんです。その当時民間企業だといわれて、公の公民館が使えなくなったんですよ。農協だけになぜ貸すんだという行政の声が出てくる。農協が使えるなら、うちも使える、うちも使えるとなりましてですね、公民館活動すらできなくなった。これも現場なんです。それが起きるから、ますます離れていく。それがずっと積み重なってきたことに危機感も持たなかったということです。だから僕は、今専務が言われたように、その危機感を持たれたということを実感としてやっていくという時期に来たんじゃないかなあと、そういうふうに思いますね。

ここに書かれていることを言えばきりがありませんけど、すべて当たっているものもあるだろうし、これはこれでいいんじゃないかというものもありますけれど、こういうふうにとまとめてあって、これ二枚ですから、今まで何十枚もあったんですけど、二枚になったんですから、せめてこの二枚の部分については、実績

としてあがってくればいいなと思います。以上です。

○鈴木座長：ありがとうございます。吉口委員お願いします。

○吉口委員：最後にJA全農さんに検討のお願いが1つあります。卸売協会の専務理事さんの方から話がありましたが、産地同士の無駄な競争は避け、品目単位で各産地が協調し、産地リレーがスムーズにすすむようにという話があったんですが、私も非常に同感しているところで、競争は当然非常に重要なことなんですが、無駄な競争については当然排除していかないといけないというふうに思います。私自身詳しくはないんですけども、聞くところによれば、欧米の方では、品目毎にですね、産地同士の連携があるようなことも聞いたことがありますので、それを参考にして、1つご検討いただけたらと思います。以上です。

○鈴木座長：ありがとうございます。この点は要望と言うことで、提起しておきたいと思います。

さて、時間も押して参りましたので、まだまだ議論が尽きないとは思いますが、今日はこのぐらいで議論を閉じさせて頂きまして、さらにもし今日言い足りなかった部分ございましたら、後で文書で事務局の方にお出し頂いても結構ですので、よろしくをお願いします。

それから、今後の研究会の進め方についても、お諮りしたいんですけども、当初の予定では9月に検討結果を一応まとめるということになっておりますので、残された時間もあまりないわけですけども、今日のご議論をお聞かせ頂きまして、大体、大きな方向性はみなさんこれで一致しているかと思いますが、それぞれ意見の違うところもあり、かなり調整を要するところも残っておりますので、今日の御議論をふまえて、私と事務局の方で、さらに調整をさせて頂いて、個別に委員の皆様ともお諮りしながらですね、今度次回に出しますとりまとめ案というものを作成させて頂ければというふうに思いますが、そのような案でよろしいでしょうか。（各委員同意）ありがとうございます。それでは、そういうことで、やらせていただきます。

最後に事務局の方から次回の日程について説明をお願いします。

○協同組織課長：本日も、熱心な御議論をいただきまして、本当にありがとうございました。次回の日程等につきましては、これから調整の上、後日事務局の方から連絡をさせて頂きます。次回はただいま座長からご説明がございましたように、検討結果のとりまとめを行って頂くことを予定しておりますので、よろしくお願いしたいと思います。

○鈴木座長：はい、それではどうも今日も貴重な御意見ありがとうございました。これで閉会にいたします。