

農業担い手メールマガジン（第94号）

インデックス

- 現場の皆さんへ ～担い手のための農協改革～
- 事業活用のポイント ～集落営農総合支援事業（その3）～
- 農業担い手経営相談コーナー ～農産物直売所の品質表示について～

現場の皆さんへ ～担い手のための農協改革～

岩手・宮城内陸地震で被災された農業経営者の皆さまには、この場をお借りしまして心よりお見舞い申し上げます。被災地の一刻も早い復興をお祈り申し上げます。

さて、先般、メールマガジンの読者の方より、「農業者が不得意とする“販売”をサポートするのが農協本来の役目だが、いまの農協はその役割を十分果たしていない」というご意見をいただきました。また、組合員の中からも、「農協には生産物を高く売るための販売力が乏しい」とあるとか「大規模農家など農業経営に真剣に向き合っている組合員ほど農協離れが進んでいる」という厳しいご意見をしばしば耳にします。

農林水産省としては、農協が担い手農業者の支持を得るためには、販売・購買を中心とした経済事業の改革が不可欠であると考えています。こうした中、農協の全国組織である全農については、平成17年10月に発出した業務改善命令に基づき、改善計画に沿った改革を進めているところです。

改革を進めている農協の中には、農協が主導して省力・低コスト・安定生産のための包括的な営農システムを構築したり、ファーマーズマーケットの開設やスーパー等の量販店との取引を積極的に進め、高付加価値販売に取り組んでいる事例がみられます。ファーマーズマーケットを開設した事例では、高齢者や女性を巻き込んで、「安全・安心」をテーマとした新たな市場開拓に成功している例が多く見られます。

農協の事業改革を進めるためには、役職員や地域の意識改革を進めることも必要です。役職員には、現状のままでは立ち行かなくなるという強い危機意識を共有していただくとともに、最近の広域化で関心が薄れがちな地域の固有問題に真剣に向き合う姿勢を持っていただくことが重要になります。

強力な全国ネットワークなど優れた面を有する農協は、関わり方次第で農業の担い手の皆さんにとっても心強い味方となり得ます。組合員でもある担い手の皆さんは、農協に対して前向きな提案をしていくことが重要です。農協側もこれをしっかり受け止め、農協独自の持ち味を生かした事業改革を進めることで、農業の担い手の皆さんと手を携えて補完し合う協同組織に生まれ変わっていただくことを期待いたします。

■ 農協の経済事業改革の取組例については下記をご覧ください。

→ <http://www.maff.go.jp/soshiki/keiei/kyoso/css/shushi/koumoku.htm>

■ ご意見・ご質問は下記へお願いいたします。

→ https://www.voice.maff.go.jp/maff-interactive/people/ShowWebFormAction.do?FORM_NO=120

事業活用のポイント

～ 集落営農総合支援事業（その３）～

これまで、集落営農を立ち上げる際の支援や集落営農組織の経営多角化等の取組に対する支援についてご紹介いたしました。今回は、集落営農が法人化に向けて経営改善等を行う際の支援についてご説明します。

集落営農組織を運営していく中で生じた課題や法人化に向けた取組を行う場合には、

都道府県や地域の担い手育成総合支援協議会が主体となって、集落営農相談員チーム（行政、農協営農指導員、農業委員、普及指導員等）や専門コンサルティングチーム（中小企業診断士、税理士等）を編成し、現地の集落営農組織へ派遣することで相談・助言などの活動を行います。

具体的には、

ア 組織の営農計画の作成、基礎的な組織運営、経理処理（会計帳簿の記帳、業務分担）、農用地の集積など経営の安定化方策に関して、集落営農相談員チームが課題解決の方法等を相談しながら助言を行うこと

イ 組織の運営状況、経営状況、税務・労務管理等様々な相談について、専門コンサルティングチームが総合的に検証し、改善策を提示すること

等を行います。組織運営や経営の改善方法等でお悩みの点がございましたら、是非、最寄りの担い手育成総合支援協議会にご相談ください。

（経営局経営政策課集落営農班）

■ 集落営農総合支援事業の詳細はこちら

→ http://www.maff.go.jp/j/ninaite/pamphlet/pdf/syuraku_eino2.pdf

農業担い手経営相談コーナー

～ 農産物直売所の品質表示について～

Q．近々、農産物直売所の立ち上げを計画しています。我が家で生産した野菜やモチのほか、近所の農家女性のグループが作ったクッキーやジャムなどを取り扱うつもりです。この頃食品の表示に関するニュースも多いですが、商品にどのような表示をしたらよいのでしょうか。

A．野菜などの生鮮食品の場合、生産者が生産したその場で一般消費者に販売する場合（ほ場のすぐ脇で販売する場合）は表示の義務はありません。ただし、ほ場から離れた直売所で販売する際は表示が必要です。表示しなければならないのは、一般的な名称（だいこん、トマト等）と都道府県名です。都道府県名の代わりに、市町村名や一般によく知られている地名でもかまいません。

加工品については、1.名称、2.原材料名、3.内容量、4.賞味期限（または消費期限）、5.保存方法、6.製造者名及び住所を記載しなければなりません。また、クッキーのように小麦や卵、乳製品などのアレルギー物質を含む場合や、食品添加物が含まれる場合（ジャムのペクチンなど）は、その旨を表示しなければなりません。

このほか、加工食品の中には、モチやお茶、干したりゆでたり塩漬けにした野菜などのように、主な原材料（重量で50%以上）の原産地表示が必要なものがあります。

ジャムなど個別に「品質表示基準」が定められているものは、それに従って表示しなければなりません。

具体的な品目の表示の方法については、下記のホームページをご確認ください。

■ 農林水産省ホームページ「食品表示とJAS規格」

→ <http://www.maff.go.jp/j/jas/index.html>

表示に関するパンフレットのほか、個別品目ごとの「品質表示基準」や、Q & Aなどがご覧になれます。

■ 品質表示に関するご質問・ご相談は下記へお願いいたします。

→ <http://www.maff.go.jp/j/jas/hyoji/phone.html>

このほか、各地方農政局の消費・安全部表示・規格課、（独）農林水産消費安全技術センターでもお問い合わせに応じています。

編集後記

今日は、全国的に天気が回復し、久しぶりに暑い一日となりましたが、集中豪雨があった九州地方や東北の地震被災地では、長雨や今後の台風についてご心配な点もありませんかと思えます。被害を最小限に抑えるためにも、今後とも十分な警戒をお願いいたします。

メールマガジンを運営していると、皆さんからのお便りが大変励みになります。ご意見・ご質問はもちろん、政策に対するご批判等も遠慮なくお寄せください。（S）

○ 電子出版：農業担い手メールマガジン

○ 発行日：毎月2回発行

○ 発行元：農林水産省経営局経営政策課 担当：鈴木

農林水産省担い手ホームページもご覧ください！

～担い手への支援策、認定農業者数等、担い手情報満載！！～

→ <http://www.maff.go.jp/j/ninaite/index.html>

このメルマガの配信申込み、バックナンバーはこちらから。

→ <http://www.maff.go.jp/ninaite/mailmagazine.html>

このメルマガの配信変更、配信解除、パスワード再発行等はこちらから。

→ <http://www.maff.go.jp/j/pr/e-mag/index.html>