

営農経済渉外員へのスキルアップ研修を重視

- ①群馬県本部は平成16年に営農支援室を設置、県下JAへの営農経済渉外体制導入を本格化させた。担当職員は12名で、JAの「出向く体制」づくりを支援する「推進グループ」と生産振興策など具体的な担い手支援策を検討する「企画グループ」で構成。現在、12JAで営農経済渉外体制が実現、県本部職員はJAへの訪問日を決めて、担い手への同行訪問やスキルアップ研修会などを通じて活動の定着化を支援している。
- ②JA利根沼田は19年にそれまでの兼任体制から専任体制へと営農経済渉外課を衣替え。提案型・肥料散布省力システム「セルフブレンド」の推進を中心とした生産資材の取り扱い拡大を目的に「出向く活動」を展開。現在、課長は資材課長も兼任し、出向く活動を広げている。
- ③セルフブレンドを利用する生産者は農作業の省力化を高く評価している。品質と食味のよい野菜づくりのためにほ場ごとの特性に合わせて施肥設計が可能になっている。

提案型・肥料散布省力システム「セルフブレンド」普及で徹底訪問



生産者の角田丈久氏

JA利根沼田管内の群馬県昭和村に生産者の角田丈久さんと橋本良雄さんを訪ねた。2人ともレタス栽培を経営の柱としそのほかにキャベツなどを栽培している。両家とも夫婦2人と後継者の長男との家族経営だ。



橋本良雄氏

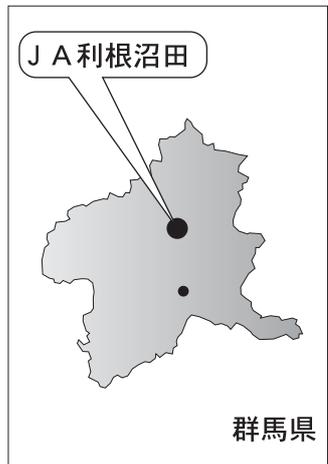
レタス栽培は1月に播種し春に定植、10月中旬まで出荷が続く。出荷期間のおよそ100日間はパートを雇って夜明け前から収穫・出荷作業をする。現在は契約栽培が主体となり、毎日入るオーダーには確実に対応しなければならない厳しさ



角田丈久さんとご家族

はあるが、経営の安定にはつながっている。こうした契約栽培が可能になったのも「JAによる育苗センターの開設、自動定植機の導入、ブームスプレーヤーによる防除、この3本柱があったからこそだ」と角田さんはJAによる機械化促進など生産体制整備の支援を評価する。

そのうえで2人ともレタス栽培の課題として挙げるのは「これからは味で売る時代になる」だ。そのため重要視しているのが土づくりと、畑の土壌特性、品種に合わせた施肥。橋本さんは「畑はわれわれにとって会社みたいなもの。だから土は大事」と話すが、10ha経営の土台をなすその「会社」は村を超えて分散しており、当然、「畑によって施肥設計は全然違う」。



群馬県



橋本良雄さんとご家族

その土づくりと施肥設計をJA利根沼田は担い手支援の柱のひとつにしている。

中核をなすのがセルフブレンドの供給。JAが土壌診断をしたうえで、土壌特性と作付け品種に合わせて肥料設計してブレンド、生産者に供給するものだ。成分が分離せず生育にばらつきがないことから生産者の評価も高まった。生産者が肥料をJAが委託を受けて系統肥料会社でブレンドするというサービスの一形態であることから、JA利根沼田では、これを「提案型・肥料散布省力システム」とも呼んでいる。

角田さん、橋本さんともこのセルフブレンドを5年以上前から利用している。ブレンドされた肥料は畑の土壌特性に合わせて7種類ほどになるという。

「以前はトラックの上で単体肥料を混ぜてから畑にまいていた。これがかなりの手間。今は、散布するだけです。その労力を定植や除草作業に回せます」と角田さんは話す。

JAでは土壌改良剤も合わせて利用することも提案している。橋本さんも「当然、畑ごとに土壌改良剤も変えなければならないが、土改剤も含めてセルフブレンドを利用しているおかげで手間がはぶけた」という。

JAでは供給先の生産者の農作業スケジュールに合わせて期日指定で配送するサービスも心がけている。「在庫を持たなくてもいいし、JAから届き次第すぐに自分たちのトラックに積み替えて畑に直行できることもある。これは業者に真似できないことじゃないか」と角田さんが語る。



JA利根沼田の
綿貫利光氏

通常なら10aあたり8袋程度、単体肥料を自分たちで混ぜてから散布するという。その労力に加え畑ごとに混合比率が違うから、神経も使うし、ときには間違えることもある。セルフブレンド推進の先頭に立つJA利根沼田営農経済渉外課の綿貫利光課長は「農家を訪ねると『おっかあが喜んでね、夫婦喧嘩がなくなったよ。楽になった』と言われて、これは喜ばれ、感謝されている思う」と話す。

セルフブレンドはレタスの品質向上のために、土壌分析結果や品種に合わせて毎年、ブレンド構成を変えなければならない。綿貫課長ら営農経済渉外課のスタッフは前年度の利用実績と土壌分析結果をもとに、次のシーズン前に生産者のもとに申し込みを受け付けるために足を運ぶ。

「まずはこの肥料を使ってみた評価を聞き、来シーズンのニーズを聞く。ときには肥料メーカーの担当

者にも同行してもらいます。注文に合わせて申込書をこちらで作成しますが、最終的には予約注文書に印鑑などももらわなくてはならない。だから、また訪問する。不在であれば何回も訪ねる。まさにこれが“渉外”かなと思ってます」と綿貫課長は話す。セルフブレンドの取り扱い量は県内の半数を占め断然トップだ。

■生産資材の普及を重視した渉外体制

JA利根沼田は平成11年に、県内JAで初めて営農経済部門と物流配送機能を備えた「営農経済総合センター」を設置した。これによって各支所で在庫を持ち担当職員が配達をするという業務体制からセンターに業務を集中、合理化した。そのため以前は配送をしていた多くの担当職員は窓口業務に専念することになったが、「出向く活動がなくなり取り扱い量は大幅減。業者の『JAより安くしとくよ』の一言で地域は草刈り場になってしまった」という。とくに大規模農家、法人への売り込み攻勢でJAは地域で2番手、3番手になってしまった。

若い後継者の利用率の低下など、JAと組合員との接点が少なくなった現状に経営層にも危機感が出てきた。

平成17年、資材課長だった綿貫氏は現状を変えるために訪問体制を検討していたところにJA全農全国本部の「出向く体制」づくりをテーマにした研修会に参加する機会を得る。ここで出向く体制が機能するための活動基準づくりや、訪問活動管理のための帳票などの必要性を実感する。それを受けて資材課職員で試験的に出向く活動の実践を始めると同時に、専任部署設置の必要性をJAトップ層に提案した。

その後、18年に営農経済渉外課が設置され各支所の営農経済課長の兼務体制で出向く体制がスタート。綿貫氏は課長に就任したが、スタッフは兼務のためどうしても支所業務が優先されて活動が停滞したことから翌19年4月に10人の専任者による体制へと衣替えし新たなスタートを切った。

活動目的は前述したセルフブレンドを中心とした生産資材と営農相談の事業量拡大。

スタッフのうち8人は4つの基幹支所に配置、現場対応に直行する体制をとるかわりに、月3回の全員ミーティングを持つ。スタッフ1人あたり10~15戸を担当し、月に100~180件の訪問を目標とするなど活動基準を決めた。訪問活動で得た情報をもとに、家族構成や作物別の作付け状況などを記入し、約1300人の担い手の営農台帳整備も徐々に進んでき

た。

ミーティングでは農家からの情報の共有を心がけている。「最初は『JAは今度からこんなこと(訪問)もするんか』と言われてしまいましたが、そのうち他業者の資材価格やサービスなど農家の間で話題になっていることを知ることができるようになる。それをスタッフで共有することが活動の支えにもなる」という。

昨年4月から今年1月までの訪問件数は8700件、うち有効面談と評価しているのは6割だという。来年度からは担い手対応支援システムを活用して日報の提出、管理もパソコン上で行うことを前向きに検討している。現在、綿貫氏は資材課長も兼務、資材課職員にも渉外活動を重視するよう働きかけ、出向く体制を広げている。

「現場は情報の宝。経営層も渉外活動はJAにとって重要な活動との認識にぶれがない。とりあえず実績は問わず、とにかく農家を回ることを重視している。今後は出向く活動を広げ『JAにしかできないこと』を展開していきたい」と綿貫課長は話す。

生産者の橋本さんは「JAの仕事は、われわれと販売先、消費者との『間』の仕事。大変な仕事だと思うが、この『間』がなければわれわれの生活はないのだから」と期待を寄せる。

■ JAの特性に合わせた支援を重視

群馬県内のJAでは平成16年度から営農経済渉外体制の導入が本格化した。順次、体制が導入され現



在では12JAに広がっている。県本部営農支援室の狩野富一室長は、JAに強調したこととして「待っているのはJAの事業が成り立たない時代。農家の庭先まで営業活動をどう展開するか、競争が厳しくなっているなか、要するに営業活動が必要だという点だった」と振り返る。

16年度が本格スタートとはいえ、JAによってはそれ以前から営農経済渉外部門を設置しているところ



JAぐんま営農支援室
営農推進グループリーダー
深澤万也氏

ろもあった。しかし、実際は活動が停滞し成果が出ているとはいえなかった。

そこで改めて重点的に推進したのが、JAの理事会などで「出向く体制」づくりをしっかりと決議し位置づけてもらうこと、「誰が何かをするのか」を明確にさせる仕組みや活動基準の作成、さらには訪問活動の管理諸表の整備も重視した。体制をつくっても機能しなかったのは、この管理諸表が十分に整備、活用されていなかったから、との認識からだ。



岩崎幸夫
チームリーダー

営農支援室はスタッフ12名。このうちJAの出向く体制づくりを支援するのが、4名で構成されている推進グループ。県

内23JAを1人6JA程度、担当している。もうひとつのグループは企画グループで生産振興策など担い手に対する具体的な支援策を検討するチームだ。

「企画グループ」と「推進グループ」は連携し、営農



振興計画や最新の生産資材情報などを「推進グループ」に伝え、そこからJAの営農経済渉外部門に情報提供をする。出向く活動を定着させるには、農家に何らかの情報を持っていくことが大切で、県本部としてもそこを支援しようという方針だ。

16年度は、こうした出向く体制づくりをJAに設置してもらうために、優良事例集などを活用してJAとの話し合いに臨んだ。しかし、全国の先進事例が必ずしも県内JAに適用できるものではないことも分かった。「JAにどうすれば理解しやすく推進してもらえるのかわれわれも手探り状態でスタートしたが、理想型の押しつけになっては決してうまくいかない実感。それ以降、JAごとのスタイルにあった体制づくりを心がけるようになった」と「推進グループ」の岩崎幸夫チームリーダーは話す。

JA合併によって人員削減が行われ、出向く体制のための職員を配置することが難しいというJAもあれば、そもそも経営層の理解と決断のための働きかけこそが重要なJAもある。

また、専任部署が発足しても、たとえば生産部会組織がしっかりしていて「まずは足もと固め」として部会員への訪問が必要なJAもあれば、JA利用率の低い生産者へのアプローチを重視すべきJAもあるなど、出向く体制の活動ターゲットもJAの特性によって異なる。また、JA利根沼田のように生産資材の事業量拡大という明確な目標を設定するJAもある。

現在、県本部の推進グループのスタッフはそれぞれ担当JAごとにこのような課題を明確し、毎週の訪問日を決めて出向く体制づくりを支援している。

■ スキルアップのための研修会も開催

県本部のスタッフがJAを訪問する日には、おもにJA職員との同行巡回と、出向く活動の定着のため検討会などを行う。

同行巡回では、担い手への情報提供やニーズの聞き取りなどの点でJAのスタッフを支援する。「どんなささいなことでもメモをとることを忘れず、しかも必ず日報に書くこと、を強調している。JAへの批判や苦情であってもそれをスタッフで共有することが大切だと考えています」。

検討会では、たとえばJAの低利用者への訪問回数が十分かどうかや、提出されている日報の内容が有効なものになっているかどうかなどきめ細かく点検する。そのほかスキルアップ研修会として、メーカー担当者などを招いた勉強会も行う。講師役の担当者との調整などはJAのスタッフにやってもらう。JAのスタッフ自身の仕事とすることで視野を広げることにも役立つと考えている。勉強会にはJAの金融担当者が講師役になり金融商品について話すことも。「聞きかじっている程度の知識であっても担い手との話題になる」からだ。

県本部では、こうした定期的な検証作業やスキルアップ研修を通じて出向く体制の定着を図る方針。

「一歩進んで一歩下がる、という現場もあるが、半期ごとに進捗管理をして課題を明確にしていく。また、モデルとなる県内JAのノウハウを他のJAに推進していくことも考えていきたい」と深澤グループリーダーは話している。