

いぐさ生産から露地野菜(加工・業務用キャベツ、レタス等)生産へ

～ 八代地域農業協同組合(熊本県八代市) ～



1 組織の概要

組織名称	八代地域農業協同組合(JAやつしろ)
組織形態	農業団体
代表者名	代表理事組合長 田島 幹雄
所在地	熊本県八代市古城町2690(本所) 八代市古閑浜町3602-2(中央営農センター)
連絡先	JAやつしろ中央営農センター TEL 0965-39-7227 FAX 0965-39-7229
販売額	露地野菜23億円(25年度) うち キャベツ485百万円、レタス295百万円
取組者数・構成員数	正組合員 7,073名(キャベツ・レタス生産者 134名)

2 取組の推移

平成5年	「竜北」(冬キャベツ)を野菜指定産地に指定(現在の氷川町の旧竜北町) 平成17年指定産地名を「竜北」から「八代」へ変更(市町村合併のため)
平成17年	(市町村最終合併時に)新規導入作物検討委員会を立ち上げ、「やつしろ地域野菜普及拡大品目産地化計画」を策定
平成18年	「八代」(冬レタス)を野菜指定産地に指定(八代市、氷川町)
平成19年	予冷库・真空予冷装置を備えた集出荷施設(総合青果物センター)を整備(強い農業づくり交付金)
平成20年	レタス部会設立
平成23年	「八代」(冬キャベツ)の区域拡大(氷川町(旧竜北町)→八代市、氷川町)

3 加工・業務用野菜の取組概要

(1) 基礎情報

取扱品目	キャベツ	レタス
作付面積	158ha	70ha
出荷量	5,921t 契約取引2,042t(34.4%)	2,211t 契約取引1,091t(49.3%)
出荷時期	11月～6月	11月～4月
品種名	おきな、銀次郎、TCA-422、彩ひかり他	ラプトル、シルル、モデナ、ツララ他
主な出荷先 (主な用途)	ファーストフードサプライヤー (サラダ、サンドウィッチ、冷凍キョーサ他)	ファーストフードサプライヤー (ハンバーガー、サラダ、サンドウィッチ他)
出荷形態等	鉄コンテナ、15kg段ボール=3:7	折畳みコンテナ、10kg段ボール=5:5
取引先からのニーズ	大玉生産、取引数量拡大、一定価格	厳寒期の大玉・取引数量拡大

注: 作付面積、出荷量は25年度データ

(2) 取り組んだきっかけ

JAやつしろでは、八代地域の基幹品目であったいぐさの生産縮小に伴い、「いぐさから露地野菜への転換」を推進。具体的には、平成17年に策定した「やつしろ地域野菜普及拡大品目産地化計画」において、契約販売に余力があり、売れる品目であり、作付けを伸ばせる品目として、「キャベツ、レタス、ブロッコリー、アスパラガス」を重点普及拡大品目として選定。

(3) 取組の特徴

後発産地としての戦略。加工・業務用向け取引を中心とした産地づくりへの取り組み。

- ①需要動向を見据えた生産体制の確立(生産量の拡大・定量供給)。重量野菜については、業務・加工向けを中心とした産地化。第一に収量確保、商品化率の向上。その他野菜については、鮮度感・旬を最優先した取り組み。
- ②キャベツでは、広域地域での一元集荷に向けた生産販売体制確立や鉄コンテナ輸送等。
- ③レタスでは、作型表に基づいた栽培管理により作柄の安定化を図り、これにより平準出荷可能な作型が構築された。また、民間GAPを導入することで実需者に対する安心・安全を確保。

(4) 関係機関の支援

県・関係市町・農協・農業高校などが構成員である「八代農業振興協議会野菜部会」において、技術指導者会・現地検討会の開催、先進地視察などに取り組んでいる。



レタス畑(露地)

4 販売先の開拓

比較的初期投資の少ない露地野菜を中心に、「売れるものを作る」ことを理念として、売り先を明確にして最低価格を確保。トマトの重点市場において、JAやつしろのトマトを核としたいちご、メロン、露地野菜のセット販売を強化。加工業務向けについても市場との連携販売の取り組みを開始。

5 課題とその対応

- ①干拓地帯であり水田農業を主目的とした「水をためる為」のほ場であることから排水が悪い。。そのため、高うね、額縁排水溝、明渠、疎植栽培等による排水対策を実施。
- ②キャベツでは、根こぶ病対策として、転炉スラグ投入による土壌改良、耕種的防除、明渠排水整備を徹底。
- ③集荷所・部会ごとに独自の出荷規格等があったが、総合青果物センター整備を機に、加工・業務向け集出荷コントロールの一元化が図られた。
- ④契約取引に関する情報が少なかったことから、生産者手取り価格や契約履行の情報を的確に発信することで農家の意識改革を図る。

6 取組成果

- ①生産関係者と実需者が連携して、加工・業務用に適した規格を設定し、生産者が大玉生産に専念し単収を向上させることにより、実需者の評価も年々高まってきている。
- ②消費者ニーズに対応するためGAPを導入し、そのために必要な指導員の派遣、検査、記帳、記録管理の仕組み等の経費負担を生産部会で分担する体制を構築。

7 今後の展開

- ①品質の向上、品質管理の徹底。
- ②需要動向を見据えた安定生産体制の確立。

