

# 農協の優良な 取組紹介

令和2年2月

北海道農政部農業経営課

- 北海道では、平成30年度から農協の自己改革の取組状況を把握するため、農協との対話を実施しています。
- 今回は、平成30年度に対話を実施した農協の中から、次の農協の優良な取組をご紹介します。

#### 【取組を紹介する農協】

- 1 いわみざわ農業協同組合
- 2 きょうわ農業協同組合
- 3 びらとり農業協同組合
- 4 新函館農業協同組合
- 5 今金町農業協同組合
- 6 北はるか農業協同組合
- 7 オロロン農業協同組合
- 8 帯広市川西農業協同組合
- 9 釧路太田農業協同組合
- 10 道東あさひ農業協同組合

# 農協の優良事例（JAいわみざわ）

## 【GAPの取組及び栽培履歴の提出義務化による品質の安定】

○平成15年から栽培履歴台帳及びGAPの取組を義務化。早期から「クリーン農業」を促進し、品質の安定化を図っている。

## 【売り先の確保】

- 全国33市場に出荷。うち、11市場は、JAいわみざわの作物を置いてくれる小売店のある重点市場。
- 農協職員が、市場の品目担当者と価格交渉を行っている。
- 多くのロットを出荷する市場では、その先の小売店と提携し農協フェアも展開。

## 【アプリ等を活用した営農指導】

- 農協専用アプリで、営農情報・災害情報等を配信。
- 病害虫情報を登録したタブレットを活用し、病害虫を現場で判定。
- WEBブラウザを使用した生産履歴管理システムにより、生産履歴の確認等が可能

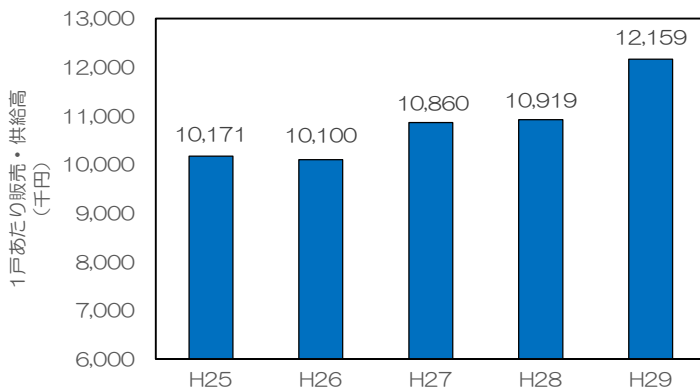
## 【農作業パート無料紹介】

- H29年から開始
- 農協が、求職者と求人者（農家）のマッチング、斡旋、照会を無料で行う

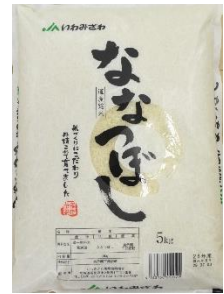
## 【農業機械のレンタル】

- 生産コスト低減のため、農業機械のレンタルをしている
- 要望を参考に、レンタル導入する機械を選定

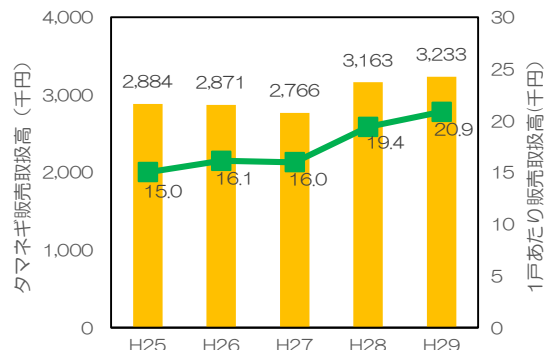
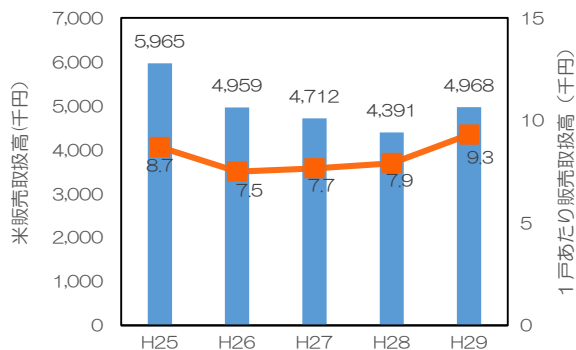
### <1戸あたり販売・供給高>



○1戸あたり販売・供給高は、5年間で1.2倍に。



### <米とタマネギの販売取扱高>



○米は、作付面積減少により販売取扱高は減少。しかし、1戸あたり販売取扱高は、5年間で1.07倍に。

○空知型輪作（田畑輪換）を推進  
○結果、例えばタマネギでは、取扱が増え、1戸あたり販売取扱高も5年間で1.39倍に  
(ただし、市場価格の変動も一要因)

# 農協の優良事例（JAきょうわ）

## 経済事業の取組～ブランド名の統一と輸出～

### 【ブランド名の統一】

- 基幹作物を「らいでんブランド」として統一。  
メロン、すいか、馬鈴しょ、米、スイートコーン、長ネギ
- らいでんブランドを守るため、組合員はしっかり作り、農協はしっかり売る。
- メロンとすいか（大玉）は、1玉ずつ糖度測定し、良いものだけを流通。



### 【輸出】

- 平成23年頃からメロンを香港に輸出
- ニセコのスキー場で、外国人にメロンをPRし、購入して帰ってもらう取組をしている。

## 営農指導の工夫～タブレットの活用～

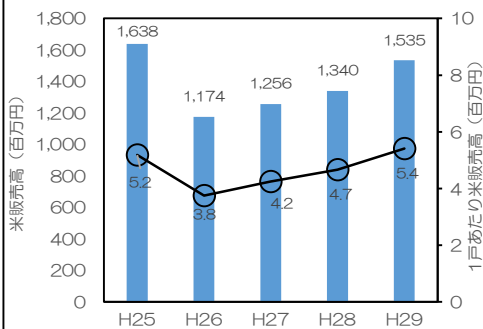
- 営農指導員は、タブレット（専用ソフト）を持参して巡回。病気をすぐ調べることが出来るなどのメリット。

## 個人の実績の振り返り～農協平均実績との比較～

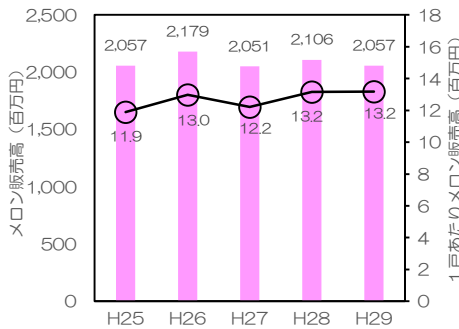
- 第5次農業振興計画では、各主要農産物の課題と振興方策記載ページに、農協の実績をシールで貼り、組合員が自分たちの実績と比較することができる

## ブランド作物の生産維持

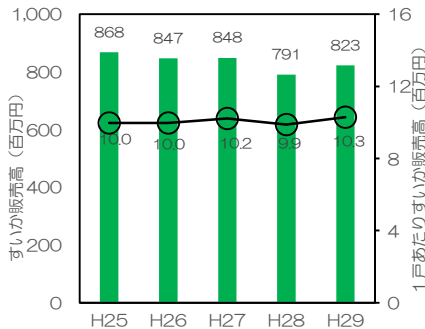
### <主要作物の販売高と1戸あたり販売高（米、メロン、すいか）>



○米の販売高回復

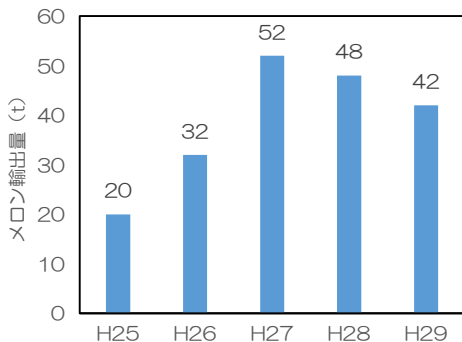


○メロンの販売高維持  
○1戸あたり販売高も5年間で1.11倍増加



○すいかの販売高維持

### <メロン輸出実績>



○H27年にかけて輸出量増加  
H28以降は、収穫量の減少の影響を受けている



# 農協の優良事例（JAびらとり）

## 経済事業における取組～ブランドの確立と6次化の推進～

### 【地域団体商標登録によるブランドの確立】

- 基幹作物であるトマトは「びらとりトマト」として地域団体商標登録（平成29事業年度売上：44億円）
- 「びらとり和牛」も地域団体商標の取得を目標に、まずは全国的な知名度向上に努めている。
- 「びらとり和牛」は、マックスバリュや生協などに卸されている。



### 【6次化による付加価値向上】

- 「びらとりトマト」を使ったトマトジュースは、「ニシパの恋人」というネーミングで地域ブランドとして定着（商標登録済）
- 人参ミックスジュース「ニシパの初恋」と合わせて平成29事業年度売上120百万円
- 他にも「びらとり和牛カレー」「トマトカレー」も販売に力を入れている

### 【所得向上の話合い】

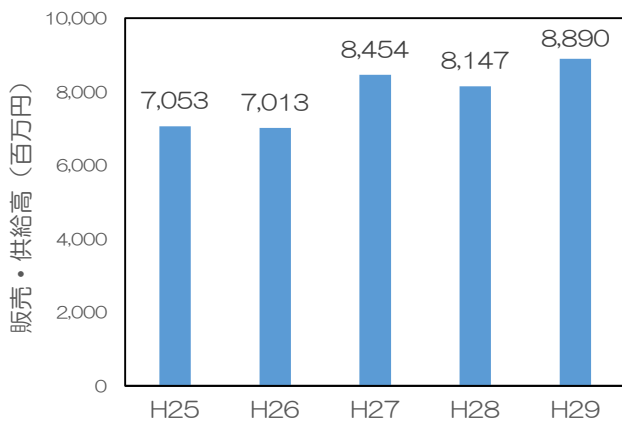
- ゆめぴりかの特別栽培米農家（約10戸）が所得向上のため、自ら話合い取組む。

## 地域と連携した組合員支援

- 出荷販売等は農協、新規参入者等は役場、技術指導は農業改良普及センターと役割を分担し、農家（組合員）を支援

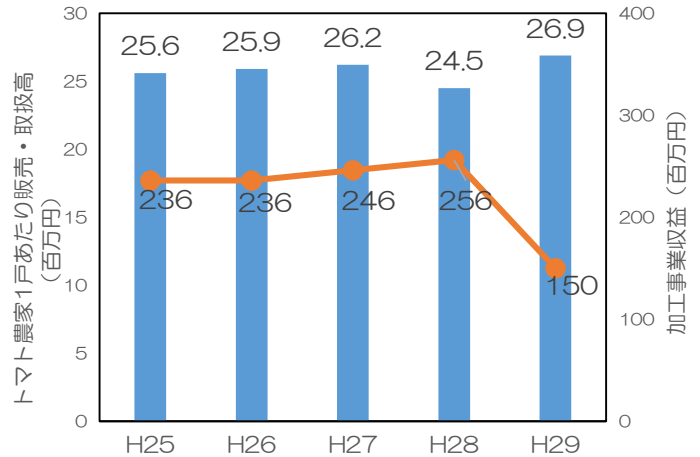
## 農協の農産物販売・供給高はここ5年で増加。特産物の加工販売も好調。

### <販売事業収益>



- H27年2月に合併
- ここ5年で販売・供給高が**1.26倍**。  
(H28事業年度は台風の影響有)

### <トマト販売・取扱高と加工事業収益>



- トマト農家1戸あたりの販売・取扱高は、台風の影響を受けたH28事業年度を除き、**毎年増加**。
- 加工事業も**毎年増加**。  
(H29事業年度はトマトジュース自主回収により減収)

※H27事業年度に「トマトカレー」、  
H28事業年度に「びらとり和牛カレー」  
の販売開始



# 農協の優良事例（JA新はこだて）

## 経済事業における取組～ルート販売による安定的売り先の確保～

- 市場を介して量販店と直接交渉し、売場を確保（ルート販売）  
価格から、出荷量、売り場のレイアウトまで交渉  
実績：平成29年22.6%（平成25年度13.9%）（目標割合：30%）
- 本店コントロールによるリレー出荷により長期間、安定的供給が可能。  
例：トマトは3月～12月出荷可能
- 多品目生産を活かし、セット販売も可能
- 現在、卸売市場は約50社、実需（量販店等）は100社以上と取引
- 市場関係者、量販店担当者を反省会、地区別懇談会に招き、直接生産者に評価を伝える。



## 農協独自の取組～地域振興費の活用による地区別課題解決～

- 平成22年からの取組。賦課金の3割を地域振興費として拠出。
- 共通使用項目（青年部、女性部、担い手対策）は決められている。残りは、各地区運営委員会の裁量で、地域振興作物など力を入れたい作物に対する取組に使用。
- 計画は、各部会に確認した上で地区運営委員会で立てる。  
計画目標の達成状況から補助率の変更や新規メニューへの置換えを行う。
- 組合員からの反応も良い。

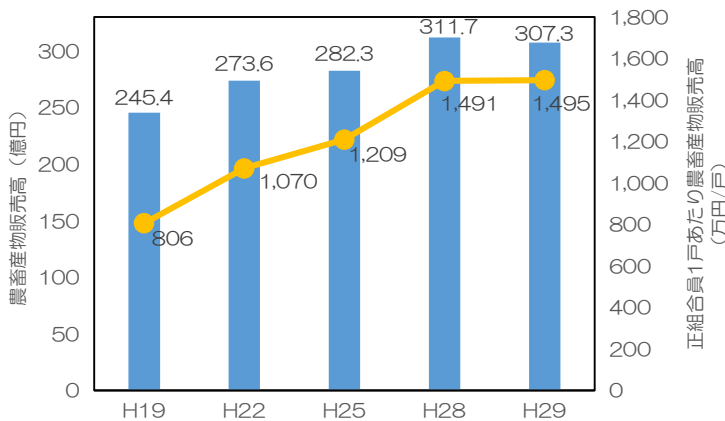


## 計画の検証

- 各年度の計画に対する進捗状況は、農協職員が組合員と話をした上で評価。
- 進捗率も含め、総括票を作成。
- 地区運営委員会で進捗率を確認するとともに、地区別懇談会等で総括票を組合員に提示。

## 農協の農産物販売高はここ10年で増加/組合員の所得も計画1年目で目標達成

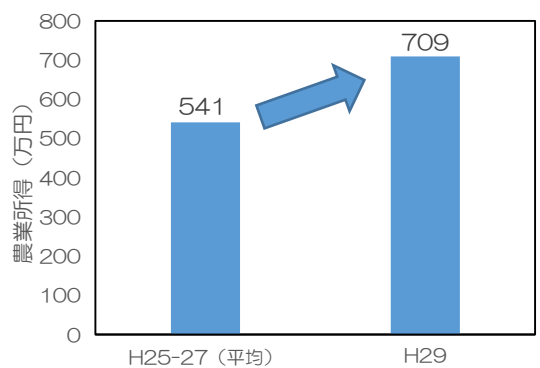
< 農畜産物販売高と正組合員1戸あたりの農畜産物販売高 >



○農畜産物販売高は、ここ10年で**1.25倍**

○正組合員1戸あたり農畜産物販売高は**1.85倍**

< 農業所得 >



○農業所得は、計画1年目で**1.31倍**



風の子もち米



# 農協の優良事例（JA今金町）

## 経済事業の取組～今金ブランドと農協間連携～

### 【今金男しゃくブランド】

- 昭和から続くブランドである「今金男しゃく」は、各方面からの引き合いが強く高値で取引されている。  
→生産者の収入安定に
- ブランドが確立していることから、食品関連会社とのタイアップ商品の開発が進めやすい。
  - 例1：H27年に(株)湖池屋からの提案を受け「今金男しゃく」を使用したポテトチップスの開発・販売を開始。  
高価格商品にも関わらず売り切れが出るほど大好評。
  - 例2：大手食品加工メーカーと提携。大手コンビニエンスストアのホットスナックコーナーに並ぶコロッケの原料に使用される（期間限定）。
  - 例3：(株)南華園と提携。「今金黒毛和牛」と「今金男しゃく」を使用したレトルトカレーを2019年11月より販売開始。Aコープ今金店、新千歳空港他で購入可能。



### 【周辺農協との連携】

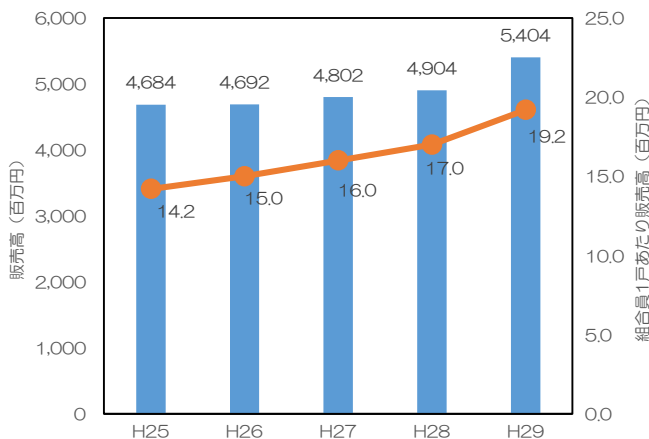
- 野菜複数品目をブランド名「ほこほこ大地」として、北檜山農協、新函館農協若松支所とで出荷。こちらも高価格帯で取引されている。

## 組合員の意見を反映した計画と計画の検証報告

- 2年間かけて作成。組合員全戸アンケートの実施（結果は開示）、地区懇談会における意見を踏まえ、計画案を作成。
- 計画の達成状況の検証は、農協の関係部署で実施し、組合員に報告。

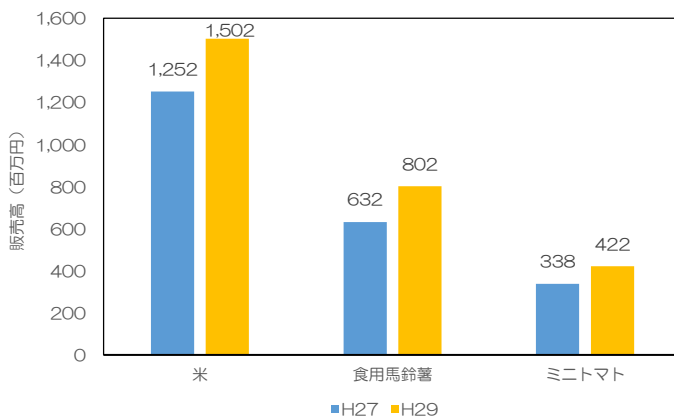
## 組合員1戸あたり販売高はここ5年で増加。特産物の販売も増加。

### <農協販売高>



- ここ5年で収益が**1.15倍**。
- 組合員1戸あたり販売高も**1.35倍**。

### <特産物の販売高>



- 平成29事業年度販売高は、平成27事業年度と比べて各々増加。  
米：1.20倍  
食用馬鈴薯：1.27倍  
ミニトマト：1.25倍

# 農協の優良事例（JA北はるか）

## 販売事業における取組～市場との連携と企業との直接取引～

### 【サンプル送付から始まった市場とのつながり】

○ホワイトアスパラの販路開拓のため、平成22年頃「東京多摩青果」にサンプルを送り話をしたことで、取扱開始。市場が中心となり売り先を見つけ、売り先からの評価が高く、口コミが広がり、さらに市場が販路拡大をしている。

### 【直接取引】

- 馬鈴薯：大手総菜業者  
→旭川にポテトサラダ製造工場、美深に馬鈴薯貯蔵庫あり。  
→大手コンビニのポテトサラダにも使用されている。
- アスパラ・フルーツマト：仲卸業者と直接契約
- 匠そば：イオングループ・本家尾張屋本店



## 担い手対策の取組

### 【担い手対策室の設置】

- 平成28年に設置。最初は本所のみだったが、平成30年からは支所にも設置。
- 行政とタイアップした取組。新農業人フェアに行くことからスタートし、就農後5年目の独り立ちまでをフォロー。

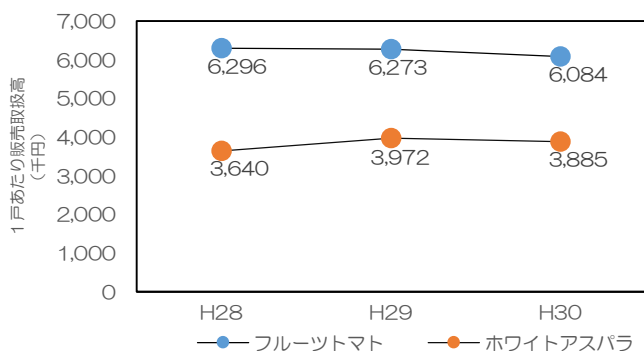
### 【地域で育てる担い手】

- 下川地区は施設園芸参加が中心。生産部会がしっかり指導している。町の研修施設もあり。
- 美深地区は、酪農では「R&Rおんねない」という組織が中心となり技術と資産を引き継ぐ第三者継承を行っている。この動きを受け、野菜農家でも居抜継承を受入。
- 中川地区は、農家研修を中心に町外の講習会や研修会にも参加。積極的に技術や知識の習得を図っている。

## 近隣農協との連携の検討

- JA北びびきとJA道北なよるとリレー出荷の検討開始予定。
- 販売事業・購買事業等の事業連携の検討。

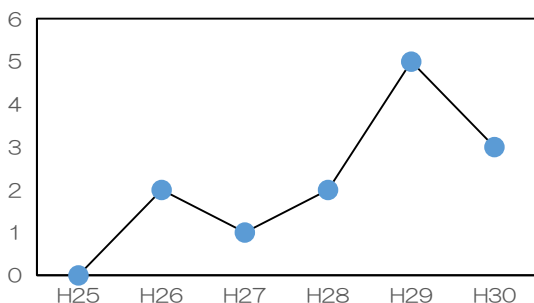
### <1戸あたり販売取扱高（フルーツマト、ホワイトアスパラ）>



○主要作物であるフルーツマトとホワイトアスパラの1戸あたり販売取扱高は、安定して推移



### <新規就農者戸数>



○平成26年以降毎年就農者がいる

○平成28年に担い手対策室を設置後は、3戸以上就農



# 農協の優良事例（JAオロロン）

## 【企業との提携】

- ・大手スーパーと提携し米を出荷。
- ・「ななつぼし」は、JAブランド米として取扱いあり。
- ・関東圏のスーパーのプライベートブランド商品を製造する製菓会社と提携し、販売を開始している。

## 【移動店舗車の導入】

- ・信用事業と生活事業の両方を兼ね備えた移動店舗車を導入。
- ・集落の需要に合わせて巡回。
- ・農作業繁忙期にも巡回し、農業者が市街地に行かなくても買い物できるように。
- ・グループホームにも訪問販売を行う。

## 【組合員の意向把握】

- ・地区別懇談会等での対話の他、アンケートを実施。
- ・特に重要なテーマについては、全戸訪問し意見の聞き取りを行う。
- ・普段から組合員の話に耳を傾けるよう職員に意識付けしている。

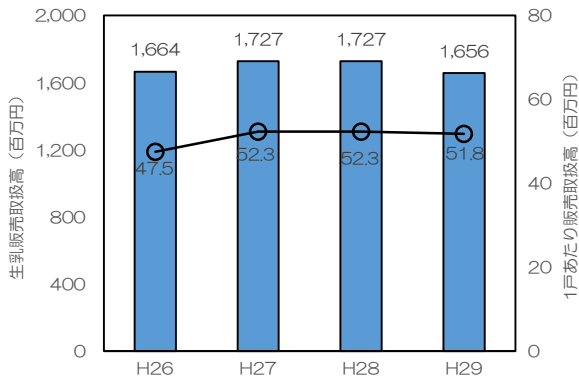
## 【農作業の省力化の工夫】

- ・共同利用施設で1次加工も実施。組合員が生産作業のみに注力できるようにしている。
- ・組合員は加工機械の導入をする必要がなく、費用削減効果もあり。

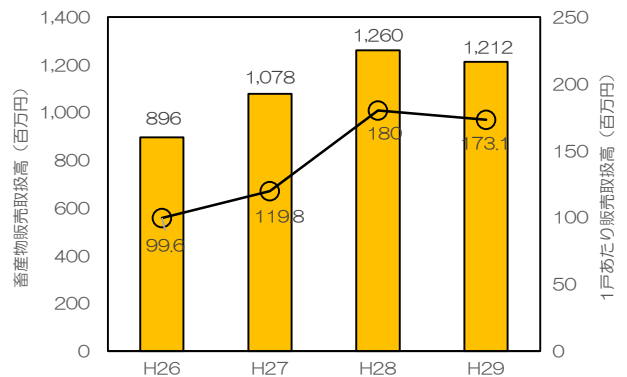
## 【担い手対策】

- ・平成30年7月に、羽幌町、初山別村、遠別町、遠別農業高校、土地改良区、共済組合、ホクレン、普及センター、振興局等を構成員とした「オロロン地区農業担い手確保対策協議会」を設立。
- ・自治体とも協力しながら、担い手確保のため取り組んでいく。

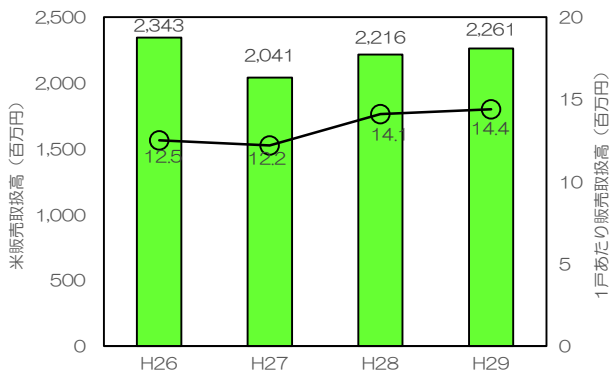
### <販売取扱高と1戸あたり販売取扱高>



○酪農家1戸あたり生乳販売取扱高  
→1.09倍



○肉牛生産農家1戸あたり畜産物販売取扱高  
→1.09倍



○米農家1戸あたり米販売取扱高  
→1.15倍



# 農協の優良事例（JA帯広かわにし）

## 【主人公は組合員】

- 各生産組合からの要望を計画に反映
- 農協はあくまで計画作成の支援をする
- 組合員は計画の内容を十分理解している

## 【東京事務所の設置～豆の全国販売】

- 東京事務所をいち早く設置し、豆を全国に販売（S47）
- 小豆が宇宙食（赤飯）の材料に採用される（H30）

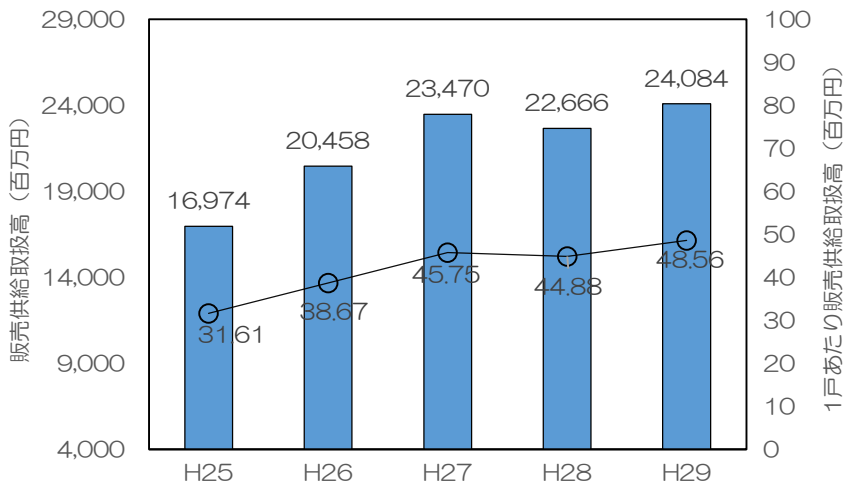


## 【近隣農協と連携し有利販売】

- 長いもを「十勝川西長いも」としてブランド化。地域団体商標登録の他、地理的表示保護制度に登録される。
- 9農協が広域連携し通年出荷供給可能。
- 選果場はHACCP認証取得（H20.3）
- 洗浄選別施設はSQF認証を取得（H29.4）
- 規格外の長いもを加工する冷凍とろろ製造工場がH30.8に完成
- 輸出にも取り組んでいる



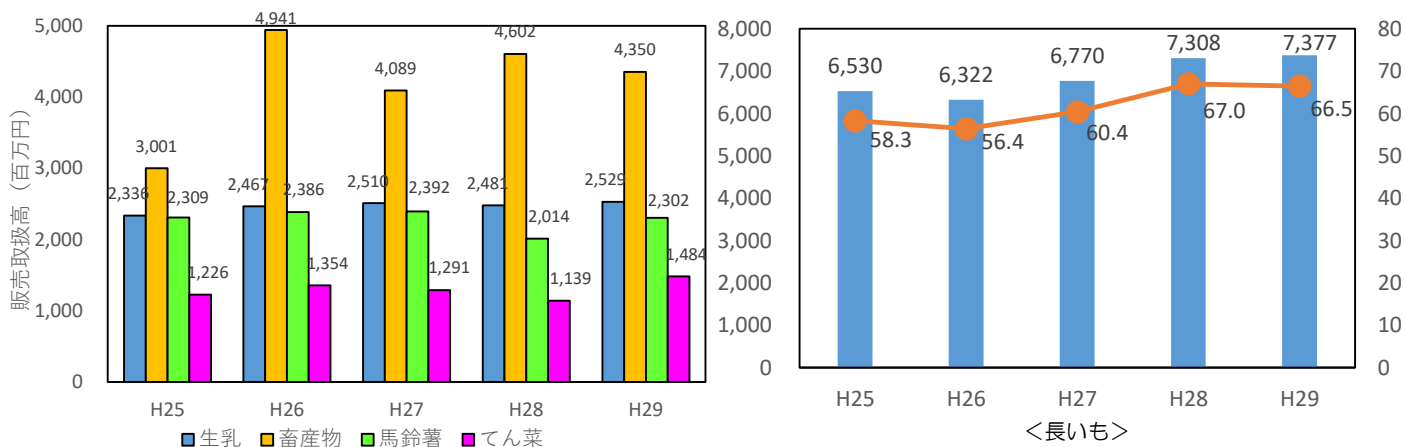
## <1戸あたり販売・供給高>



○1戸あたり販売・供給高は、5年間で1.54倍に



## <精算・支払高>



安定的に生産

毎年増加し、5年間で1.13倍  
生産者1戸あたり生産・支払高も1.14倍

# 農協の優良事例（JA釧路太田）

## 【「あっけし極みるく」による釧路管内の牛乳のイメージアップ】

- 組合員の牛乳を一元集荷し、ノンホモジナイズ製法により生産
- 「あっけし極みるく」を使用したソフトクリームとアイスクリームも生産
- 道の駅と農協と漁協の直売所の3カ所で販売
- 町内の方が農協で買い物し、帰りに子供にソフトクリームを買う光景が生まれた



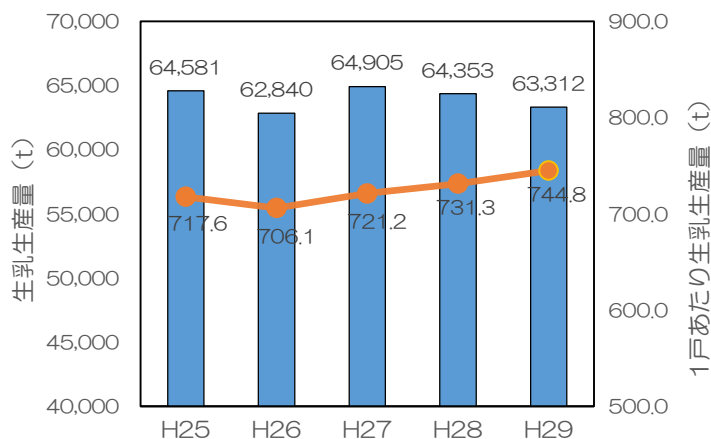
## 【組合員への説明】

- 全戸訪問で意見を収集。また、数値目標を含め計画の説明と計画への協力を呼びかけ。
- 地区別懇談会では、営農計画の進捗状況を説明。

## 【目標達成のための取組～組合員の声に応える農協の取組】

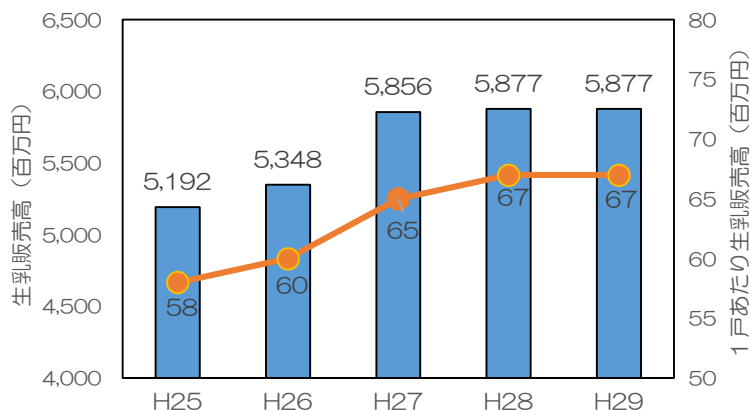
- 組合員の「収穫作業の負担が大きい」という声を受け、コントラクターを農協で運営。粗飼料の播種から収穫まで全て担う。短期間で良い粗飼料を収穫し、乳量確保へつなげている。
- 牛の育成が間に合わず、「農協でできることはないか」という組合員の声を受け、哺育育成センターを新設。現在、受入頭数の増頭（700頭→1,000頭）に取組中。
- 乳量目標全戸達成に向け、H29年から農協独自で、畜舎増改築費用の助成、ミルクカー・バルク点検費用全額補助、乳牛導入費助成などを実施。その結果、H29年度は乳量が約3%増加。

### <生乳生産量>



1戸あたり生乳生産量は、5年間で1.04倍に増加

### <生乳販売高>



- 生乳販売高及び1戸あたり生乳販売高ともに、5年間で増加傾向。
- 5年間で1戸あたり販売高は、1.15倍に増加



## 【組合員の声を反映した計画】

- 地域農業振興計画の策定にあたり、複数回のアンケートを実施。組合員、青年部、女性部の意見を分けて整理。（アンケート結果も計画に掲載）
- 2回目のアンケートで、重要度、満足度の差を調べ優先順位を決定。
- 普段から現場で意見を聞くようにしている。

## 【吾久里（あぐり）塾と酪農マイスター試験】

- 吾久里塾は、農家後継者及び農協職員を対象に、2年間かけて酪農全般の知識を学ぶことができる。
- 酪農マイスター試験は、農協全職員対象に実施。酪農専業地帯の農協として基本的な知識（地域、農協概要、営農生産技術、酪農情勢）の取得を目的に実施。

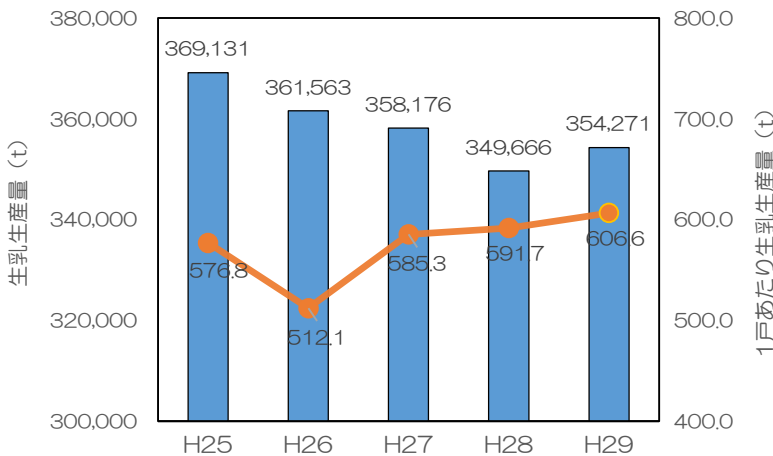
## 【他農協との連携】

- JA湘南と姉妹提携。
- 乳牛の購買取引をしている。
- 乳製品をJA湘南主催イベントに提供。

## 【酪農ヘルパー確保のため】

- H29年7月に子会社「(株)ASAHIサポートセンター」設立
- 営農サポート対策室と連携し、酪農ヘルパー組合の再編・統合及びヘルパー事業を担い、要員確保に努める。

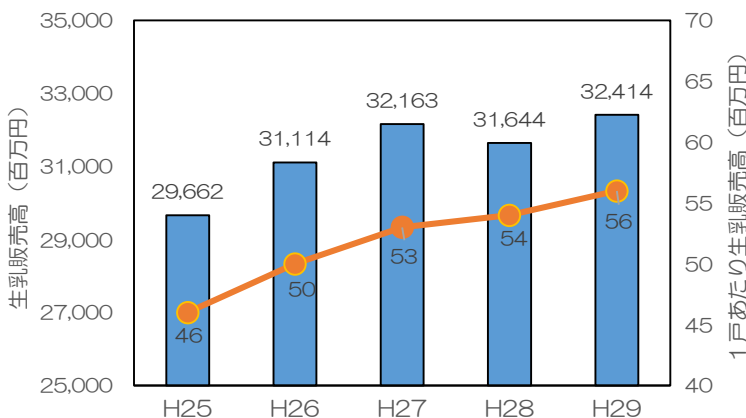
### <生乳生産量>



1戸あたり生乳生産量は、5年間で1.05倍に増加



### <生乳販売高>



1戸あたり生乳販売高は、5年間で1.22倍に増加

