

# 農協の優良な 取組紹介②

令和3年（2021年）1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、令和元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 | 美唄市農業協同組合  |
| 2 | 道央農業協同組合   |
| 3 | よつてい農業協同組合 |
| 4 | 美瑛町農業協同組合  |
| 5 | 宗谷南農業協同組合  |
| 6 | 小清水町農業協同組合 |
| 7 | 芽室町農業協同組合  |
| 8 | 忠類農業協同組合   |
| 9 | 計根別農業協同組合  |

## 経済事業における取組～米の買取販売とPB商品～

- 主力の米は、推奨品種を決め、買取販売を実施
- 推奨品種の販路は確保しているため、例年販売は順調
- 雪隠温貯蔵した米を「雪蔵工房」という名称で差別化し販売
- 美唄発祥の「おぼろづき」ブランドを確立し、産地評価をさらに高める努力をしている。



## 日本一の生産量「ハスカップ」

- 需要の高いハスカップの作付面積維持のため、農協自ら苗木生産に取り組み、家族労働で補える面積での作付を全戸に向け推進
- 労働力不足への対応として、JA試験農場を活用し農福連携による収穫作業を行い、労働力不足解消に向け取り組んでいる。併せて、農場では、除草、防除、雪囲いなどの耕種的課題解決に向けた試験を行っている。
- ハスカップワイン「神の実仕立てのまごころワイン」を発売。ワインを通して、ハスカップのPRを行い、消費拡大に努めている。



## 施設の有効活用と省力化品目導入による所得向上を目指して

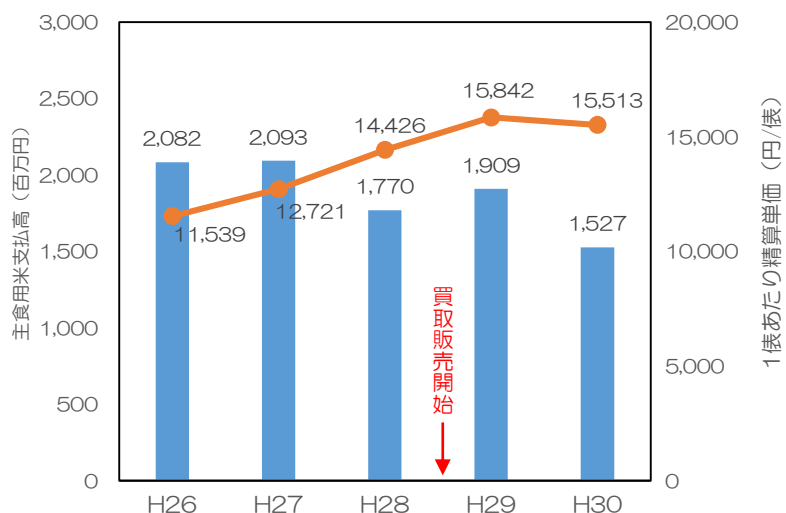
- 遊休ハウスを活用し、比較的労働力のかからない「ハウスしょうが」に取り組む。
- 「秋の北海道・美唄産・新しょうが」のPR活動を積極的に展開し、新たな美唄ブランドとしての確立を目指している。

## 計画の取組結果の還元

- 組合員にわかりやすい資料を別途作成し配付
- 達成状況を3段階（概ね達成/継続中・一部達成/未達成）に分け、マークを用いて一目で分かるようにしている。



## <主食用米の支払高及び1俵あたり精算単価>



支払高は、作況の影響などあるが、1俵あたり精算単価は、買取販売開始により、H30年度はH26年度対比で1.34倍に

## 土地利用計画作成による全体把握

- 農産と青果は、部会からの情報を踏まえ各品目の作付面積、資材の必要量、販売高等の計画を作成
- 肥料・農薬は、品目ごと必要量を算出→農協の購買販売高の目安も算出できる。
- 年度当初に農協全体の計画を作成することで、品目が多くても対応できる。
- 営農計画提出時、面積が計画と大幅に違う場合は調整することができ、所得確保が難しい計画の場合は修正を指導することができる。

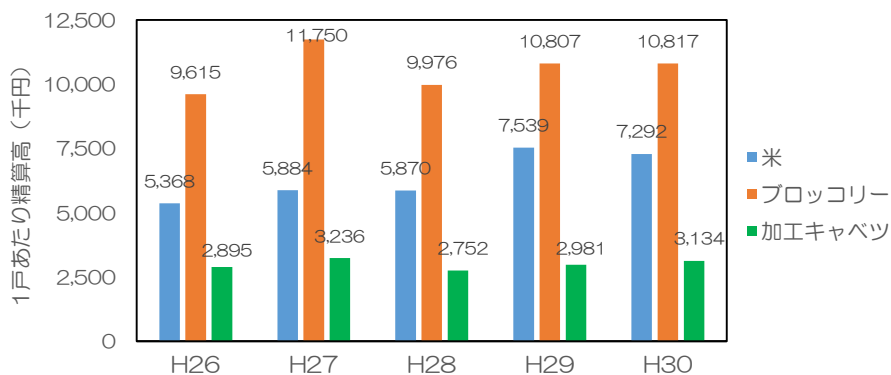
## 少量多品目経営者への対応～直売所と札幌インショップ

- 少量多品目の家族経営、新規就農者のため直売所にも力を入れる。
- 直売所は、生産者が協議会を作り運営
- 生産者は、実際に売れ行きを見ることで、自分の作物はどうしたら売れるのか、「自ら考え、努力する」という効果も生まれている。
- 直売所に出しても余る分は、全て業者と連携し、札幌圏に出荷
- 直売所と札幌でのインショップ事業の取扱高は、開始時と比べ24倍に増加

## 全部門がチームとなり出向く取組

- H30事業年度から、営農・購買・金融・共済部門が連携し、現場に出向く取組を開始
- 農家からの様々な質問にその場で対応可能
- 職員も他部門の話を聞くことはプラス
- 組合員からも「農協も少し変わった」と評価の声

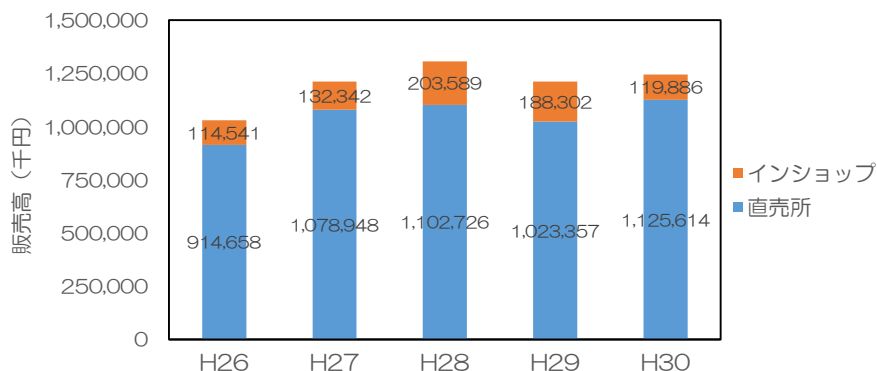
## <1戸あたり精算高>



5年間で、  
米 1.36倍  
ブロッコリー 1.13倍  
加工用キャベツ 1.08倍



## <直売所及びインショップ販売高>



5年間で、  
直売所 1.23倍  
インショップ 1.05倍  
合計 1.21倍



## ようていブランドの維持・拡大とリゾート地での消費拡大

### 【ようていブランド】

- 主要品目のうち馬鈴薯、大根、人参、米、ゆり根、生乳を中心に「実需直結型ルート販売」を強化し、安定販売体制を確立
- 馬鈴薯は、約4割が加工用出荷。  
道内食品加工会社数社と年間契約を結んでいる。



### 【地産リ消】

- 平成30年から観光業と連携し、地産リ消（地域で生産された農畜産物をリゾートエリアで消費）の取組を開始
- ニセコのリゾート地での臨時アンテナショップの開設や、ホテルの仕入担当者や長期滞在者に対してPRを行う。  
⇒ようてい産農畜産物の購入機会を増やす。



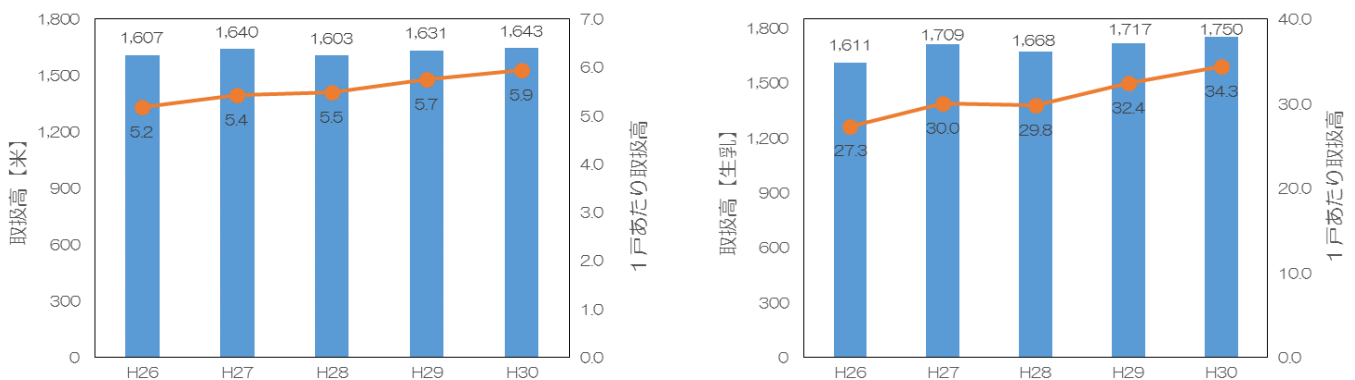
## 営農推進センターによる営農支援体制

- 耕畜連携に取り組み、管内2カ所の堆肥センターで作った堆肥を農家に有償配付
- 平成23年に営農サポート室を立ち上げ、施肥情報、土壌分析データ、圃場のマッピング、農薬に関するデータを収集・電算化し、各組合員のデータを集積
- 平成28年に営農推進センターを設立。集積データの情報共有化により、生産性向上・低コスト化につなげる。また、「出向く」体制を確立
- 農業振興計画で示した計画を自分の経営パターンにあてはめたいという組合員には、職員と相談しながら一緒に計画を立てている。

## 女性理事の登用による好影響

- 平成16年に2名の女性理事が就任。平成19年に3名となる。
- 女性理事の登用により、次のような良い効果が生まれる。
  - ・地域懇談会への女性出席数、総代への女性選出人数が増加した。
  - ・理事会の雰囲気は締まり、会議が長引かなくなった。
  - ・理事会における女性目線での指摘等により、営農推進センターの設立につながる。

## 〈主要農産物の品目別取扱高推移（農協全体及び1戸あたり）（百万円）〉



○直近5年間において、農協取扱高及び1戸あたり取扱高は上昇傾向で推移。  
 ○H30年の1戸あたり取扱高は、対H26年比で米で約1.15倍、生乳で約1.26倍

## PDCAサイクルの実践と組合員意見の計画への反映

- ・農協の中期5か年計画の検証を「行動」と「効果」に分け5段階で評価し、組合員に提示
- ・「行動」は計画の取組度合い、「効果」は取組による目標数値の達成度合い
- ・組合員意向アンケートの結果も意見を含めて提示。意見はなるべく計画に反映  
対応が難しいものについては、個別に返事を書き説明している。

## 販売事業の取組～直販、実需に応える生産

### 【直販】

- ・平成19年食のショールームであり直売所でもある「美瑛選果」を立ち上げ、美瑛町産農畜産物を観光客含め直接消費者にPR  
⇒ギフト商品の取り扱い増加  
新千歳空港店（平成23年）、東京有楽町店（平成27年）オープン



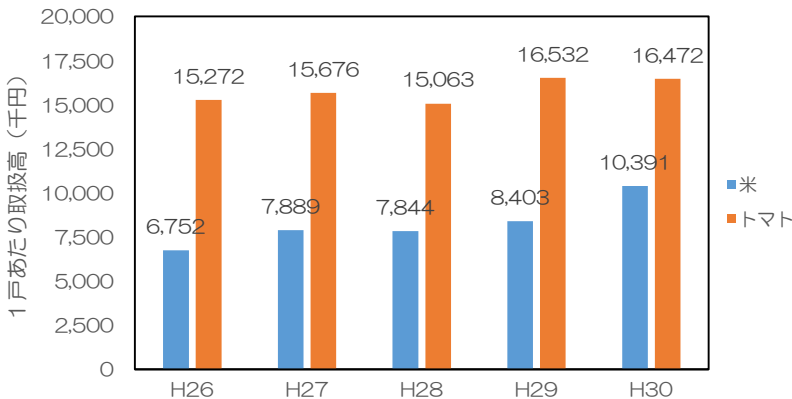
### 【実需の要望に応えることによる取引先の拡大】

- ・実需が欲しいものを生産する体制⇒大手スーパーからJAびえいの農産物の販売要望
- ・実需が求める品質で小麦を生産 ⇒他の実需からも美瑛町の小麦がほしいと要望

## コントラクター事業～農協による機械所有～

- ・農協で収穫機等を取得し、各作物の部会に貸し出しする。
- ・管理は、JAの整備工場で行う。

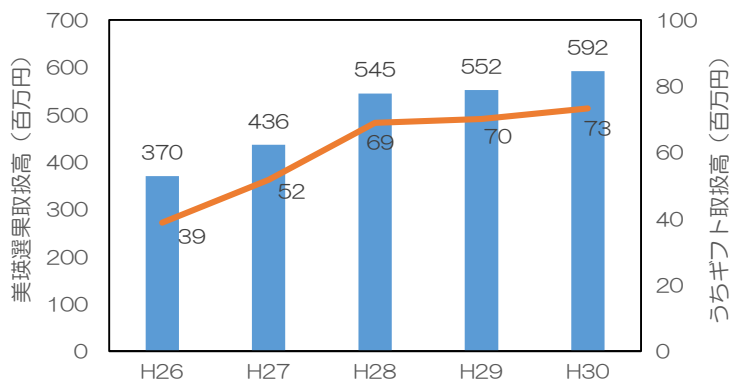
## <主要作物（米、トマト）の1戸あたり販売取扱高>



1戸あたり販売取扱高が5年間で  
 米 : 1.54倍  
 トマト : 1.09倍



## <美瑛選果（うちギフト）の取扱高>



5年間で、  
 美瑛選果取扱高 : 1.60倍  
 うちギフト取扱高 : 1.90倍

# 農協の優良事例（JA宗谷南）

## 地域の担い手確保と支援

### 【新たな担い手対策の取組】

- ・役場及び普及センターと枝幸町農業推進協議会を設立
  - ・H26年度から毎年地元で就農者誘致促進セミナーを開催
  - ・農業人フェアにも毎年参加し、組合長自らPRしている。
- ⇒結果、毎年ほぼ1名新規就農者がいる。

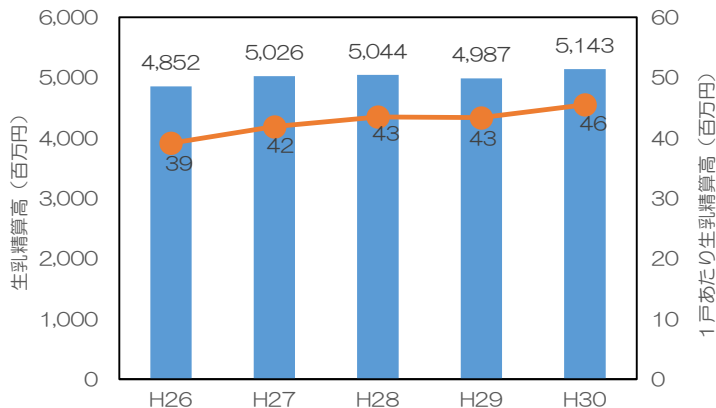
### 【新規就農者への支援】

- ・乳牛導入支援をしている。
- ・公共牧場で哺育技術、農協子会社のコントラ部門で機械技術、生乳生産部門で搾乳技術を身につけることができるようにしている。

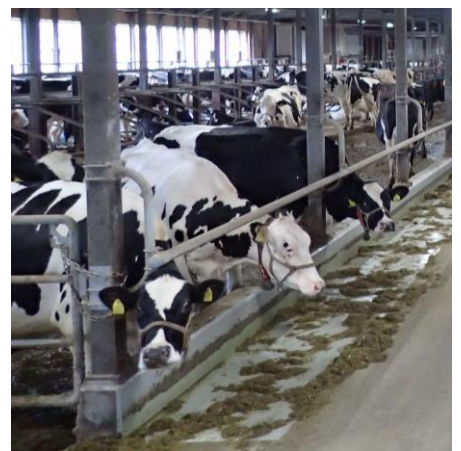
## 農協子会社による担い手支援、離農跡地の有効活用、生乳生産量維持

- ・H22年に子会社「アグリサポート枝幸」を設立
- ・コントラ組織として、牧草の肥料散布や収穫作業などを受託し、労働力不足に対応
- ・H30年、大規模牧場を建設。乳牛500頭を飼育し、離農により減少していた乳量の確保のほか、離農跡地の有効活用の役割も担う。
- ・雇用創出による地域活性化にも期待

### < 生乳精算高 >

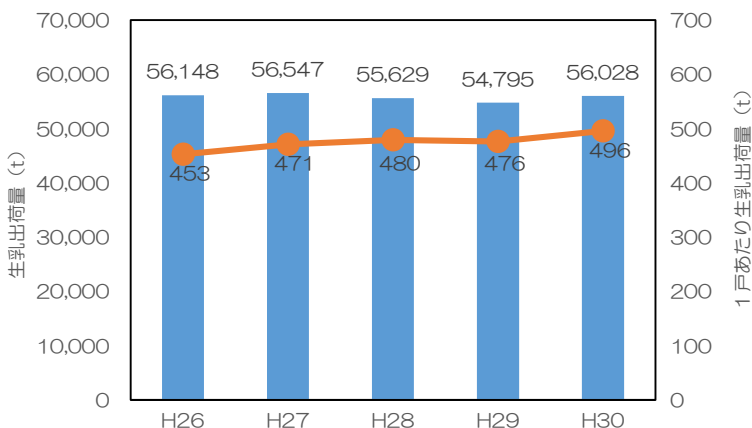


1戸あたり生乳精算高は、5年間で、1.18倍



1戸あたり生乳出荷量は、5年間で1.09倍

### < 生乳出荷量 >



# 農協の優良事例（JAこしみず）



## 耕畜連携循環システム

- 酪農家から出る糞尿を畑作農家の農地に還元する循環システムを独自に確立
- 機械メーカー等と協力し、でんぷん工場から出るじゃがいも搾り汁の臭いの消臭化に成功  
「NKゆう水」と命名し、液肥として畑に散布できるほか、TMRセンターでも利用
- 蓄尿に空気を送り、土壤に含まれる微生物群を大量培養した「尿ゆう水」を堆肥熟成促進に利用

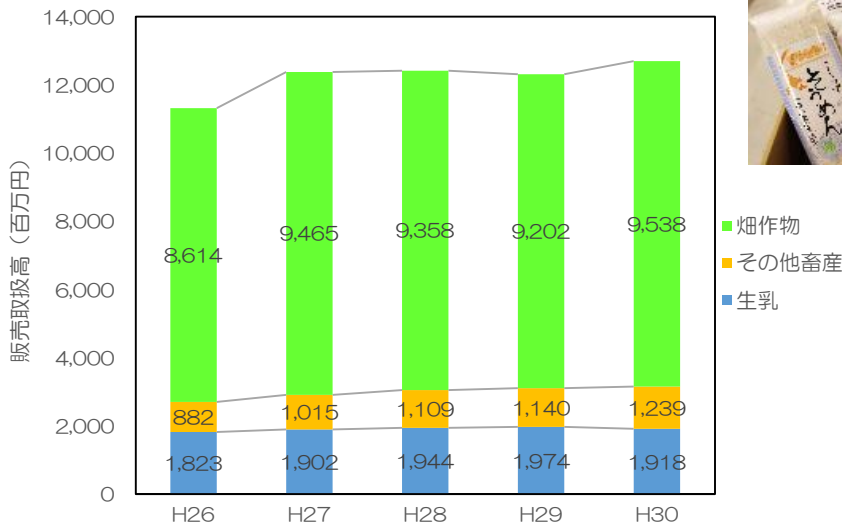
## 小清水町農業担い手育成プロジェクト

- H28年4月にJA、町、農業委員会、農政協議会、社会福祉協議会、北農中、オホーツク障がい者就業・生活支援センター、網走養護学校、東農大、普及センターにより設立
- 3つの事業（請負型農作業支援、農福連携、農業担い手養成学校）を柱とする。
  - ①請負型農作業支援：JA準職員として農作業支援スタッフを通年雇用（外国人含む）  
外部労働力を必要とする農作業を請け負い
  - ②農福連携：農作業や町内の社会資源を活かした就労訓練を実施  
習熟度に合わせ、協議会内での雇用、町内での就職を目指す。
  - ③農業担い手養成学校：対象者に合わせたカリキュラムを設定  
（農家後継者のスキルアップ、東農大の実習科目の受入など）

## 地域のために

- 生活事業をホクレン商事に任せているが、自分たちのお店という意識を持っている。  
例1：胆振東部地震のブラックアウト時、手動レジの設置など販売体制を整え、レジ対応以外をJAで実施  
例2：町と提携し、買い物でスタンプを貯めると、町内での買い物、お祭りの抽選会で使えるようにしている。
- 「Aコープがないと困る町民がいる」ことを考えて利用するよう組合員に伝えている。
- 移動販売車を導入。結果、Aコープ利用者が増える波及効果があった。

## < 販売取扱高 >



ここ5年間で、販売取扱高増加  
 畑作物：1.11倍、  
 その他畜産：1.40倍  
 生乳：1.05倍





## 十勝めむろブランドの確立

- ・企画特販部を作り、マーケティングと「十勝めむろブランド」の推進、食品の製造・加工・販売に取り組む。
- ・「めむろごぼう」「めむろメイクイン」は地域団体商標を登録
- ・冷凍食品（えだまめ、ポテトフライ、コロッケ等）は販路拡大中
- ・農産物処理加工施設の拡大により、えだまめ、インゲンの作付面積を拡大
- ・豆類、馬鈴薯の契約販売、青果物の加工業務用契約販売の拡大にも取り組む。



## 農業経営講座/経営分析講座による若手農業者フォロー

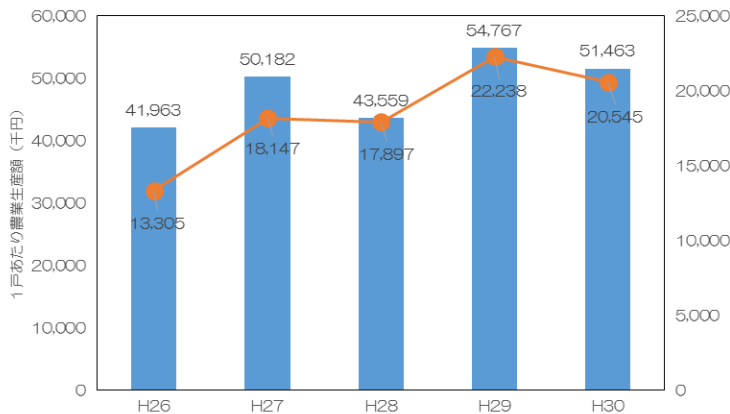
- ・作物栽培に係る農業経営講座と経営分析システムを活用した経営分析講座を開催
- ・若手農業者、経営者の配偶者が対象
- ・「経営の見える化」と「家族で経営している」という意識醸成

## 各種労働支援体制

- ・労働力不足に対応するため、各種支援を実施
  - ①組合員間作業受委託：組合員間で作業を請け負う。
  - ②業者作業委託：機械はJA所有。オペレーターのみ依頼
  - ③コンバイン収穫支援
  - ④無料職業紹介：H30年度実績 360戸に4,113名のJA登録農作業員を斡旋派遣会社など17社に依頼し、446戸に4,983名紹介

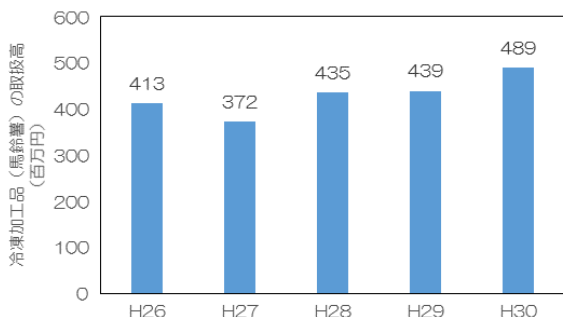


## < 1戸あたり農業生産額と農業所得 >



ここ5年間で  
 ○農業生産額 1.45倍  
 ○農業所得 1.67倍

## < 冷凍加工品（馬鈴薯）取扱高 >



ここ5年間で  
 取扱高 1.18倍



# 農協の優良事例（JA忠類）

## 販売額向上の取組

- ・農協のコントラ事業による適期収穫、TMRセンター設立による個体乳量増加。省力化にもつながっている。
- ・「十勝和牛」飼養頭数拡大により、販売価格の向上に努めている。
- ・高収益作物（大根・長いも・人参・かぼちゃ）の反収増加に取り組む。
- ・特産物「食用ゆり根」の台湾輸出、規格外品の販路拡大による高付加価値化
- ・営農指導充実のため、定年した普及員や専門知識のある職員を中途採用

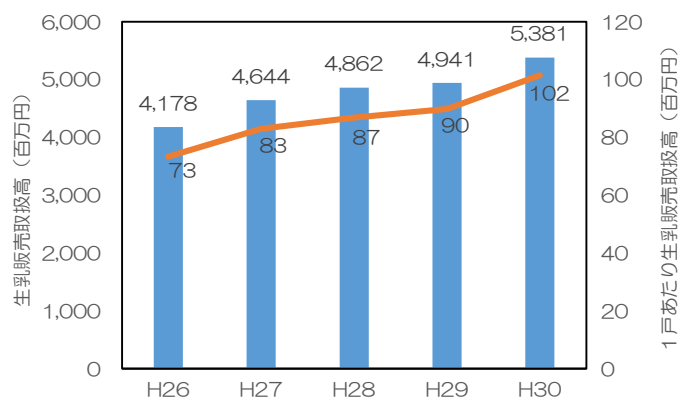
## 労働力確保のための取組

- 【酪農】 JAが監理団体となり、外国人実習生を受入
- 【長いも】 隣接農協の選果場に選別を依頼⇒出荷量増加
- 【大根】 企業とのタイアップにより、作付・収穫作業を全面的に委託  
大根の作業前に長芋の植え付けをしてもらうことも可能  
⇒長芋の作付けも増加
- 【飼料作物】 地元建設業者とのタイアップにより、コントラ事業を拡充し収穫対応

## 地域コミュニティのための直売所運営

- ・H19年に農畜産直売所「菜の館ベジタ」オープン
- ・組合員の他、近所の奥様方やリタイアした生産者も出荷することが可能
- ・農産物を作る楽しみを感じてもらい、地域コミュニティの場としての役割も担う。  
⇒地域還元

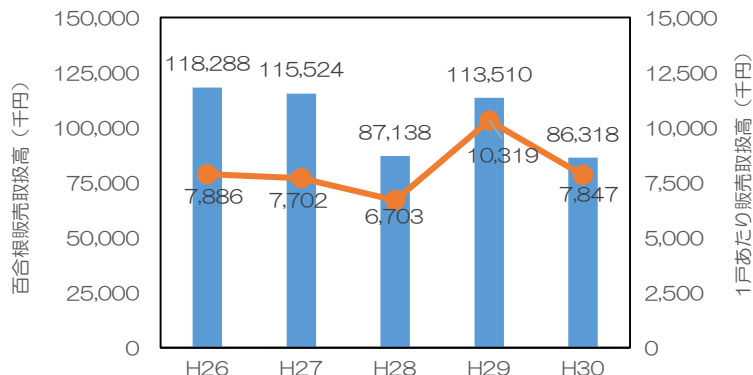
## <販売取扱高と1戸あたり販売取扱高>



ここ5年間で

○生乳販売取扱高 **1.29倍**

○1戸あたり生乳販売取扱高 **1.40倍**



H28年は台風の影響で販売取扱高が減少、逆にH29年は好天により増加。  
**天候の影響がない年は安定した生産量を確保**

# 農協の優良事例（JAけねべつ）



## 購買事業における高い系統利用率

- 肥料・資材の推進を2ヶ月に1回程度実施。四半期に1回は各農家を定期巡回
- 飼料や牛の状態を踏まえ、TMRセンターについては2ヶ月に1回、ホクレンと共に定期巡回
- 青年部を中心に、土壌分析を実施。分析結果を基に講習会や肥料推進を実施  
⇒上記取組の効果もあり、飼料は約7割、肥料は約9割の系統利用率を実現

## 酪農新規参入者の確保・育成

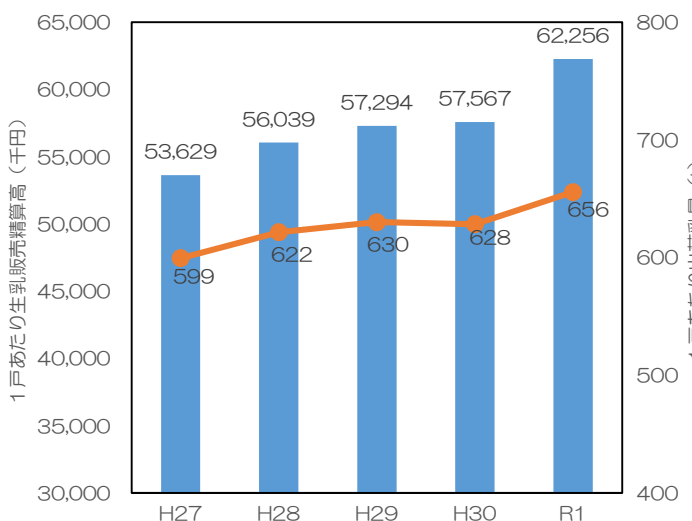
- 離農予定者の施設や土地を把握し、引取り手が無い場合は農協が新規参入者を探す。
- 地域においても、離農後の施設・土地活用を話し合う「アクティブ会議」を開催
- 新規参入者の半数以上がTMRセンターを利用。初期の設備投資軽減、経営における安定した粗飼料確保や労働力軽減により搾乳作業への特化を実現
- TMRセンターの利用や農協の営農指導の効果もあり、新規参入者の個体乳量が高水準を維持している。

## 組合員に向けた取組

- 組合員の健康管理の取組
  - ・人間ドックの受診推進
  - ・医者に地域へ赴いてもらい、インフルエンザ予防接種を実施
- 2019年4月子育て支援施設『えみふる』開設。  
子育て世代の女性酪農家が農作業に従事する時間確保に寄与



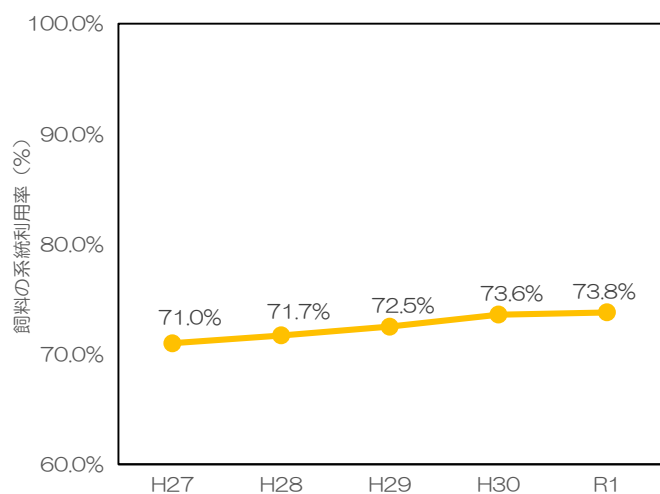
## < 1戸あたり販売精算高及び出荷乳量 >



ここ5年間で

- 1戸あたり生乳販売精算高 **1.16倍**
- 1戸あたり出荷乳量 **1.10倍**

## < 飼料の系統利用率 >



ここ5年間で毎年系統利用率が伸びている