

3-2 販売(米) 担い手とJAの創意工夫ある販売を拡大

- JAは、地域内の消費者を中心とした精米販売や加工・小売業者への販売など、自らの創意工夫と経営判断に基づく販売を拡大。また、生産から販売まで創意工夫ある取り組みを行う担い手に対して、各段階のコスト削減や消費者販売等の取り組みを支援。
- 連合会は、インターネットを利用して農畜産物を購入する消費者の増加に対応して、インターネット通販会社と提携し、担い手・JAの消費者への販売を支援。
- JA及び連合会は、卸売業者を中心とした販売から、中食・外食・小売等最終実需者のニーズに応じた生産・販売に転換し、実需者との事前契約に基づいて農業者からの買取販売を拡大。
- 飼料用米の生産拡大に生産者が取り組みやすい環境を整備するため、27年度より全農による飼料用米の農業者からの直接買取方式を導入。(26年度取扱量18万トンの3倍強の60万トンに買取予定)

図13 米の流通・消費構造の変化 (H13年→H23年)

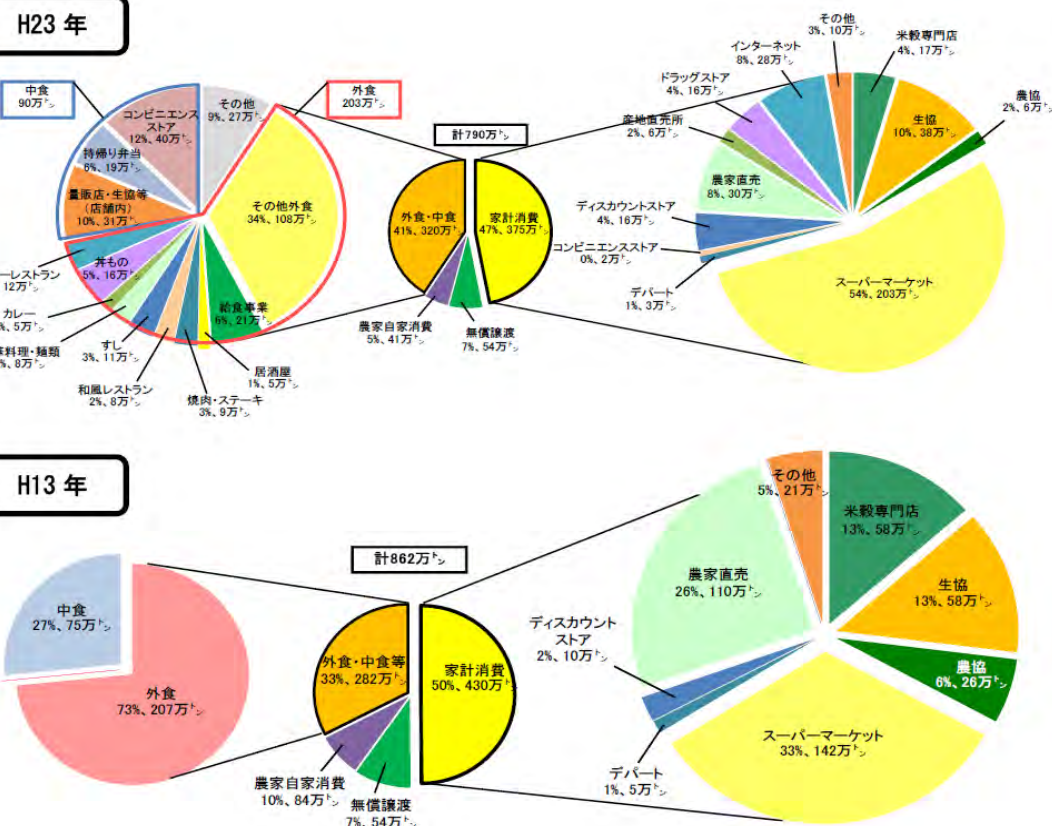
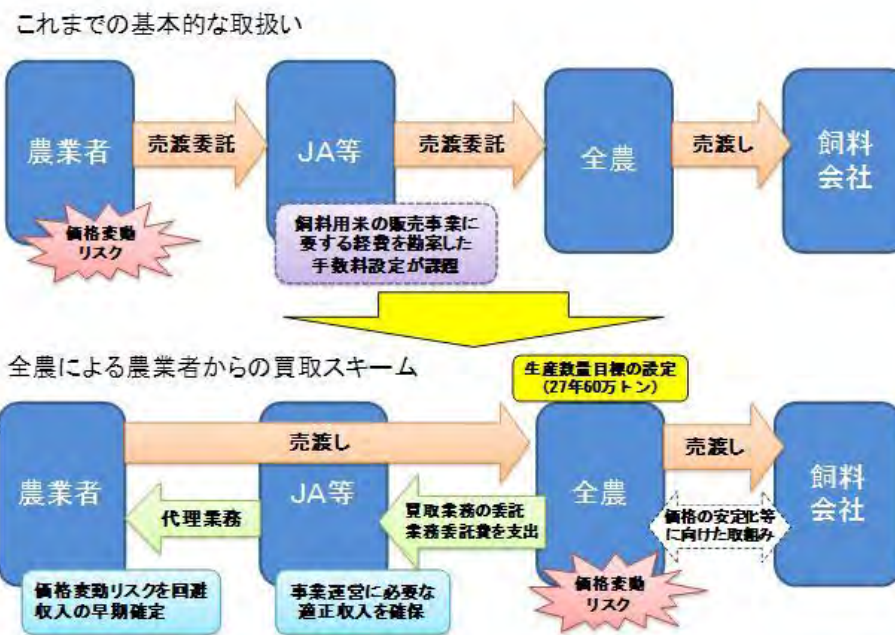


図14 全農本所による飼料用米の生産者買取スキームのイメージ



(図13): 農林水産省「食料需給表」「生産者の米穀現在高等調査」
 総務省「家計調査」、総務省「人口推計」、米穀機構「米の消費動向調査結果」、
 農林中金総合研究所「農林金融」、食の安全・安心財団統計資料等にもとづく全農作成資料
 (推定値を含む)を全中にて構成。23年度を基本。
 (図14): 全中作成

3-3 生産資材価格 生産資材価格の引き下げと低コスト生産技術の確立・普及

担い手経営体のニーズに対応し、生産資材価格を引き下げるため、一律的な価格体系に基づく購買方式の見直し等を以下のとおり実践。

- 取引条件に応じた弾力的な価格設定
- 生産資材に関する後戻し奨励等の価格算入
- 物流の広域化、配送体制の見直し、農業者への生産資材の直送
- ホームセンター等調査に基づく弾力的な価格・手数料設定

図15

JAにおける担い手への弾力的対応(事例)

①価格の引き下げ

- 予約購買による価格メリット ⇒ 当用価格と比較して割安に提供
- 大口購入値引き ⇒ 肥料の大口購入について、購入量に応じて値引き
- 自己取り値引き ⇒ 大型規格肥料の購入について、自己取りした数量に応じて値引き

②後戻し奨励 ⇒ 価格算入へ

- JA・連合会の生産資材に関する後戻し奨励の価格算入をすすめ、競争力ある価格設定に見直し

③他業態への対応

- ホームセンター価格調査(毎月2回)により、同等の商品でJAの価格が高い場合の対応
 - ⇒ 1:仕入先(主に連合会)と交渉して価格を見直し
 - ⇒ 2:JA手数料の引き下げにより価格を見直し

ホームセンター等に負けない生産資材価格と、担い手経営体へのメリット還元を実現

3-3 低コスト生産技術 生産資材価格の引き下げと低コスト生産技術の確立・普及

低コスト生産技術の確立・普及等により、生産コストを引き下げるため以下の取り組みを実践。

- 土壌診断に基づく無駄の無い施肥やPKセーブ等の低成分肥料への銘柄集約等による肥料コストの引き下げ
- 鉄コーティング水稻直播栽培等の省力技術、水稻育苗箱全量施肥栽培等の確立・普及

鉄コーティング種子の無人ヘリによる水稻直播栽培とPKセーブの活用による慣行施肥・栽培により生産コストを約20%引き下げ(全農試算)

図16

鉄コーティング水稻直播栽培を活用した省力化による水稻の生産費削減の試算

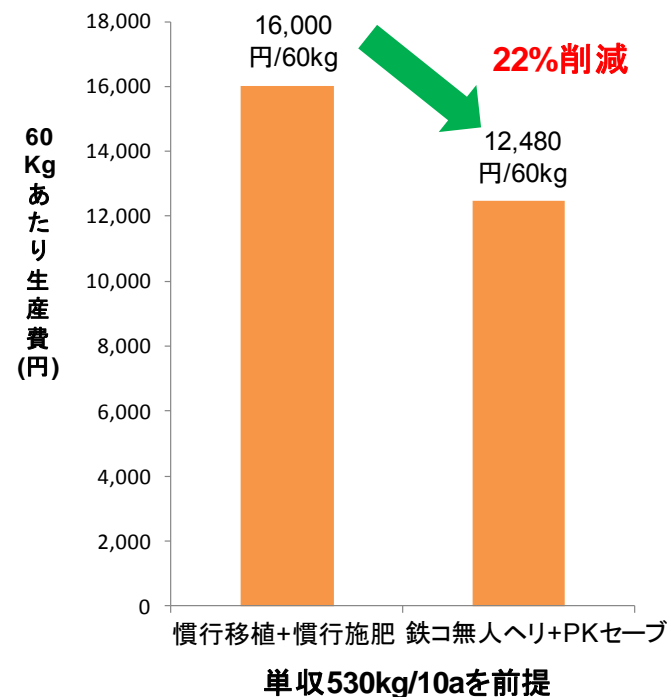
鉄コーティング水稻直播栽培

鉄でコーティングした種子(鳥による食害を受けにくい、水に浮きにくい)を利用した、育苗・移植作業を軽減する省力化技術

鉄コーティング種子



無人ヘリコプターによる播種



※PKセーブ：リン酸やカリ成分を抑えた低成分肥料

(資料) 全農資料をもとに全中作成

3-4

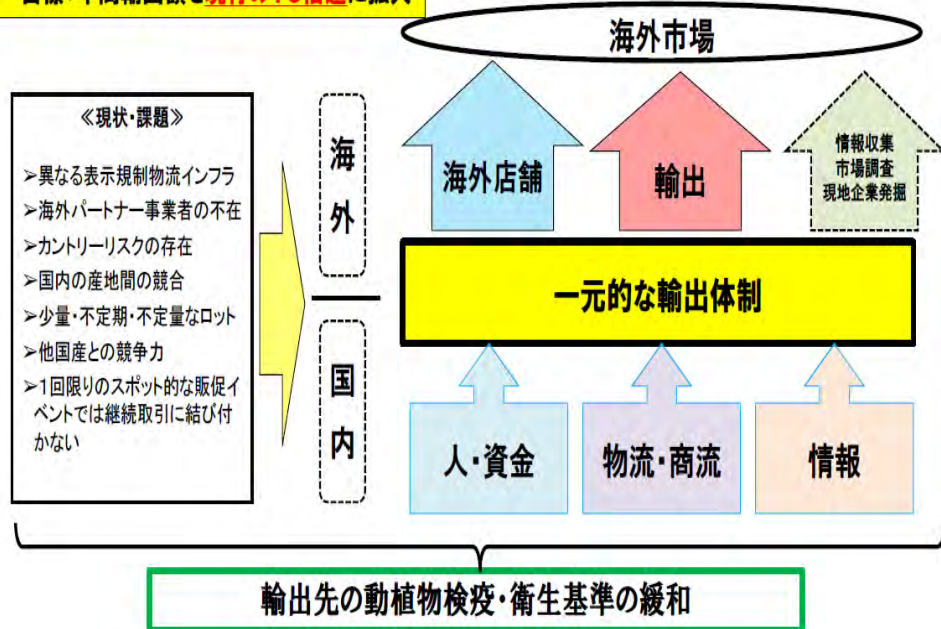
輸出

一元的な輸出体制の構築による輸出額10倍超の実現

- JAグループ輸出推進協議会において、平成27年3月までに一元的な輸出体制の構築をすすめ、年間輸出額10倍超(24年度実績38億円からの10倍超)を目標として、取り組みを展開。
- 輸出向け農畜産物の一元的なデータベースの構築、海外バイヤーとのマッチング、物流の一元化、輸出先の開拓、地理的表示制度を活用した産地ブランドづくり等を実践。
- 国内外の外食産業と連携し、海外における焼肉・和食レストラン等の展開により海外販売拠点を拡大。
- 経済界とも連携し、輸出先国の動植物検疫や衛生基準の緩和、輸出規制の撤廃等を国に働きかけることにより輸出環境を整備。

図17 JAグループ輸出拡大戦略の構築イメージ

➤ 目標:年間輸出額を現行の10倍超に拡大



(資料) 全中作成

図18 全農の外食店舗の海外展開

～全農直営レストランの海外展開～

『和牛焼肉 純』(香港)
—2013年2月2日オープン—



2014年10月1日
2号店をオープン
店舗を大型化し、握りすし・てんぷら等の和食メニューも拡充!

創作和食レストラン
『SHIKI BEVERLY HILLS』
(米国ビバリーヒルズ)
—2014年4月6日オープン—



2014年3月には、ロンドンに拠点を開設

EUへの和牛輸出解禁を受け、本格的な販売活動を開始!

～国産農畜産物を使った本格的な和食の海外輸出拡大に向けた外食企業との合併会社の設立～



(資料) 全中作成

4 営農指導 担い手の育成を強化する

- 地域農業戦略に基づく担い手育成に向けた取組み(農地集積、新規就農支援、JA出資型農業法人の設立等)の加速化。
- 大規模化・多様化がすすむ担い手経営体に対しては、専任担当者(TAC)等による個別対応を拡大。JAでの対応が困難な担い手経営体に対して、連合会・中央会(県担い手サポートセンター)の個別対応による高度な総合支援(指導・販売・購買・農業金融・共済等)を実施。
- 営農指導員等の農業者個々に対する課題解決力や販売企画力の向上を目的とした人材育成の強化、専門能力向上に資する人事ローテーションの見直し、営農指導員等の適正人員の確保など、営農経済事業の人員体制を強化。

図19

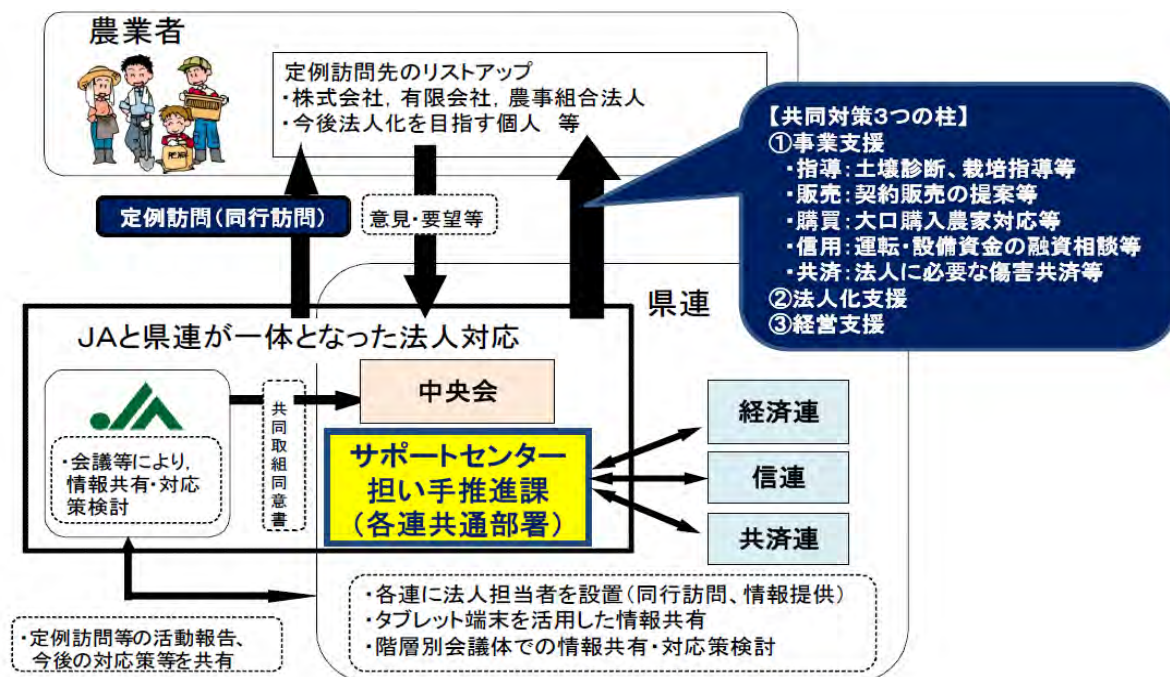
営農指導員等の人員体制

営農指導員	14,595人(26年4月1日現在) (21人/1JA)
TAC	1,706人(25年度、281JA実施) (6人/実施1JA)
担い手金融リーダー	2,013人(25年度)

(資料) 全中作成

図20

連合会等による担い手経営体への個別対応 (JAグループ鹿児島県の事例)



(資料) 全中作成

5 ガバナンス JAの業務執行体制(ガバナンス)を強化する

担い手経営体、多様化する組合員・女性による、JA事業への意思反映を強化し、迅速な意思決定をはかるため、以下によりJAの業務執行体制を強化。

- 理事等の「担い手枠」(生産部会、農業法人、青年部の代表者等)及び「女性枠」の設定・拡大、地区選出枠の見直し
- 常勤の営農経済担当理事の明確化、理事会を補完する営農経済委員会や販売事業委員会等の設置
- 販売や経営など多様な分野の専門的な知見を有する学識経験者の活用
- 共同利用施設や一部事業を担い手の組織する営農組合や法人等に運営委託

※ JAの積極的な事業転換を加速化するため、必要となる規制緩和等(定款変更にかかる行政庁の認可要件の緩和等)が必要

図21

JAにおける理事の構成

理事数	人数	割合	JA数	割合
合計	13,902	100.0%	689	100.0%
うち女性	973	7.0%	440	63.8%
うち青年部	122	0.9%	77	11.2%
うち農業法人役員	277	2.0%	130	18.9%
うち大規模農家	864	6.2%	176	25.6%

人数で見ると、理事のうち「女性」は7%、「担い手」(青年部、農業法人役員、大規模農家)は計9%(重複の可能性あり)

資料: 全中「平成26年度全JA調査結果報告書」(平成26年4月1日現在、調査対象699JAうち回答693JA)より全中作成
※ 理事の内訳は重複の可能性あり

図22

理事会方式採用JAにおける役員選出枠

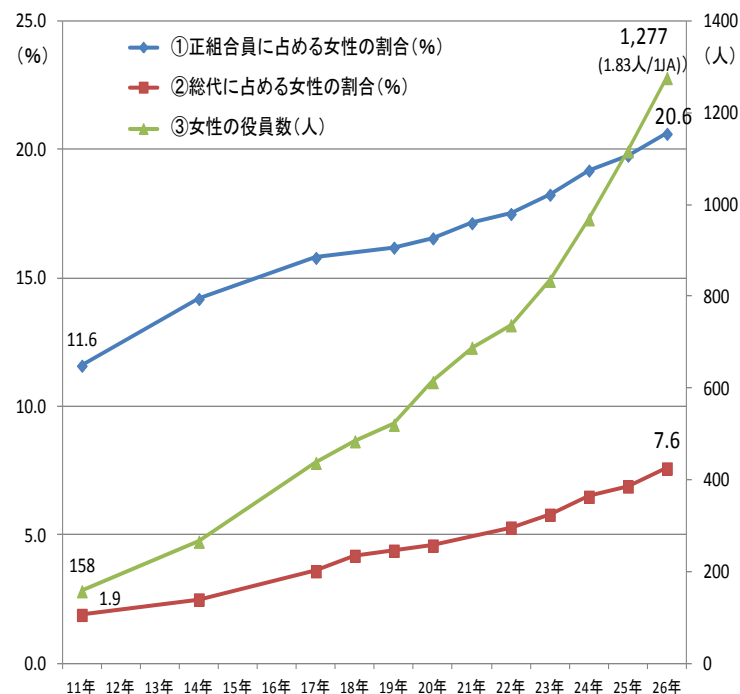
理事の選出枠	JA数	割合
地区選出枠	276	100.0%
女性枠	129	46.7%
青年部枠	24	8.7%
生産部会枠	14	5.1%
学識経験者枠	212	76.8%
その他枠	25	9.1%

選出枠で見ると、「地区選出枠」は調査回答の全JAで設定されているが、「女性枠」は47%、「担い手枠」(青年部枠、生産部会枠)は計14%(重複の可能性あり)

資料: JC総研「JAの意思決定機関等にかかるアンケート」(平成24年、調査対象673JAうち回答317JA、うち理事会方式採用276JA)
※ 選出枠の内訳は重複の可能性あり
※ 理事会方式採用JA: 経営管理委員会制度を採用していないJA

図23

JAにおける女性の運営参画状況



資料: 役員数: 全中「JA女性役員等調査結果」H17年～19年は9月1日、20年は8月31日、21年以降は7月31日現在
正組合員・総代数: 全中「全JA調査」4月1日現在(総代の24・25年は女性理事等調査)
女性役員数: 理事+経営管理委員+監事