

農協の野菜加工事業の就業機会創出と地域活性化に関する実証分析

甲 斐 諭

An Analysis of Job Opportunity Creation and Regional Activation by the Vegetables Processing Business of Agricultural Cooperatives

Satoshi Kai

(2016年11月25日受理)

1. はじめに

わが国の野菜の生産量は、図1のように減少傾向が続いている。野菜産地や生産者としては付加価値を付けて、所得向上を図る必要がある。全国各地で野菜を使用した加工事業の展開による高付加価値化の取り組みが、農協を担い手として展開されている^[1]。また、全国各地の農協は加工事業等の6次化を図って^{[2][3]}、就業機会の創出と農業所得の向上を通じた地域活性化に努めている。

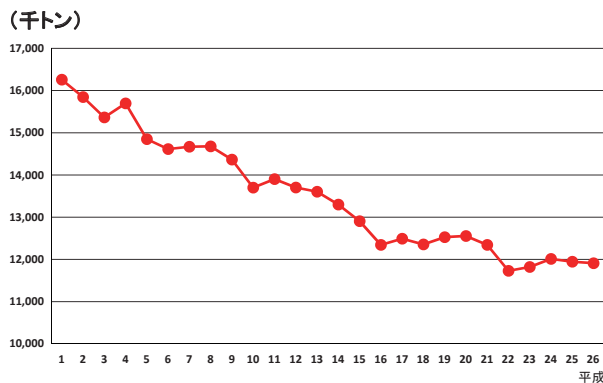


図1 我が国の野菜生産量の推移

資料：農水省「食料需給表」より作成。

本稿では、上記の全国的な動向を踏まえ、野菜生産が盛んな熊本県内の八代地域農業協同組合（以下、JA やつしろと略記）の直営加工所と球磨地域農業協同組合（以下、JA くまと略記）の野菜加工子会社を対象にして、両者が野菜加工事業により就業機会創出と地域所得の向上を通じた地域活性化に寄与しているのかどうか検証するのが目的である^{[4][5]}。

両農協の両野菜加工所は、立地条件や加工所の経営形態と規模が大きく異なるが、経営形態の相違や経営成果の分析を通して、農協による野菜加工事業が果たすべき就業機会創出と地域活性化の可能性および今後の課題について考察する。

2. 熊本県の野菜生産の動向

熊本県は、図2に示すように九州最大の野菜産地である^[6]。同県の農業産出額（3,280億円、九州で第3位）のうち野菜は1,190億円（九州で第1位）で、特にトマト、スイカ、イチゴ、メロンなどの施設野菜を中心に、野菜生産出荷安定法や熊本県野菜振興計画に基づき、生産基盤や集出荷施設の整備、産地の集団化を通して発展してきた^[7]。

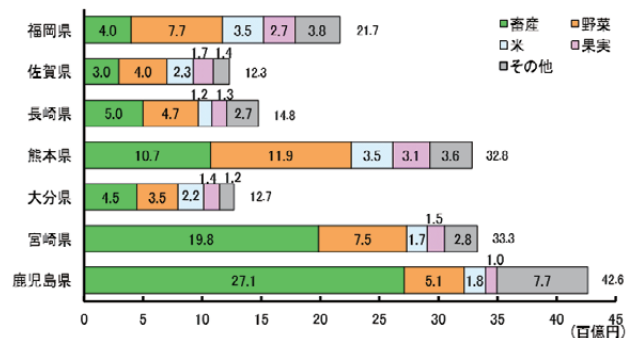


図2 農業産出額主要部門別構成 (平成26年)

資料：「平成27年度九州食料・農業・農村情勢報告」平成28年。

JA やつしろ管内ではトマト、メロン、いちごなどの栽培が、またJA くま管内ではキュウリ、メロン、いちごなどの栽培が盛んである。

3. JA やつしろトマト加工所の営業の実態と今後の課題

(1) JA やつしろの概況

JA やつしろは平成7年7月1日に熊本県八代市に設立された農協であり、平成27年3月31日現在の組合員数は正組合員数6,972名、准組合員数3,373名合計1万345名である^[8]。

平成26年度の受託販売品取扱実績をみると取扱高合計は238億3,000万円であり、うち野菜が78.6%の187.4億円であるなど、野菜中心の農協であることが分かる。そ

の他に買取販売品取扱実績をみると販売高合計は1億8,600万円であり、うち後述のトマト加工所の取扱高は2,327万円であった。

(2) トマト加工事業の取り組みの目的と推移

熊本県八代地域は日本一の冬春トマト大産地（469ヘクタール）で、平成15年当時は、約2万1,000トンの出荷量があった。そのうちの約1%に当たる200トンがセンサー選果の規格外品であった。そのうちの約1トンはトマトケチャップに加工されていたが、約199トンは廃棄されていた。それを何とかして、加工品にできないか生産者やJAそれに地元八代市役所や県の出先機関である八代地域振興局は考えていた。そのような背景のなか、平成18年に元JA職員であった岩田美江子氏がトマト加工研究会（加工所）の責任者に就任した。同氏は平成15年に定年退職していたが、それまでのキャリアからトマト加工品の開発の使命を帯びて、加工場の責任に請われて就任したのである。

現在のJAやつしろトマト加工所の前身であるトマト加工研究会は18年に6名で発足した。同研究会の目的は大量に出るトマトの規格外品の加工利用による付加価値の創造であった。草創期のメンバーは地元の直売所（ドレミ館）で活動していたトマト生産者、加工品製造に関する衛生管理資格を持っている者、JAや役所のリタイア組などであった。その活動の経緯は以下の通りである。

熊本県の八代地域振興局において「元気づくり地域推進事業」が平成18年度に開始されると同時に、トマト加工開発プロジェクト（年間4回の会議）が組織された。

このプロジェクトが中心となって加工品開発が本格的に推進されることになった。具体的には、トマト加工品のサンプルを作り、味や利用の可否などの消費者や実需者を対象にした聞き取り調査などを実施した。

トマト加工研究会のメンバーは平成19年4月には10名となり、ドライトマトとケチャップ、それに菓子を試作し、県内や東京において試食会を開催して、消費者や実需者を対象にしたアンケートを取って問題点の発見に努めるなど活動も活発化した。さらに県内外のレストランなどの外食産業にも出向き、聞き取り調査を行った。例えば、地元の農業改良普及センター、JAの支所、熊本県産業技術センターにおいて試作品の試食会を開催し、また一般消費者を対象にトマト食育ツアー（トマト加工品の試食会と加工品の紹介など）を実施した。

(3) 熊本県と八代市の支援による本格的稼働

消費者と外食産業に対する市場調査を通して、最も注目されたのがドライトマトであった。当時、日本には国産のドライトマトがなかったこともあり、開発の可能性

を確認することができた。しかし、ドライトマトの製造に欠かせない乾燥機の購入資金がなく困窮していた。それを知った地元の八代市が、平成19年度に「元気になる農業活性化支援事業」により乾燥機などの購入経費の50%を支援してくれることになった。必要経費のうち残りの50%については加工研究会のメンバーで個人出資した。その結果、温風乾燥機（180万円）とその他の機器代の合計額は210万円であったが、経費の半額の105万円を10名の研究会会員が個人出資した。乾燥機はJAの研修所に設置することとなり、ようやくドライトマトの製造を本格的にスタートさせることとなった。

さらに追い風となったのは、熊本県が平成19年度に「元気・人気熊本農業運動チャレンジ支援事業」によりドライトマトのパッケージに貼付する「はちべえマーク」を作成してくれたことである。

このマークが、ブランド化の一助になり、同年8月には熊本市内の鶴屋百貨店でドライトマトの初めての販売を実施した。しかし、熊本県はトマトの大産地であり、生果で購入できるので、わざわざ乾燥にしたドライトマトを購入する人は非常に少なく、販売に苦慮した。それを知った熊本県が、同年10月に県内の菓子店とパン屋にトマト加工品を利用した新たな商品開発を依頼した。しかし、販売成果は芳しくなかった。

(4) JAやつしろにおけるプロジェクト発足による支援と熊本県によるトマト加工品販売の強力支援

加工開発の一番の目玉としたドライトマトの製造は拡大するものの販売先が見つからず、経営的に非常に苦しんでいた。

この加工研究会の窮状を支援すべく熊本県の職員が新宿伊勢丹に相談してくれて、販売することになった。それを知ったマスコミにも取り上げられ、一気に販売先が拡大することになった。

平成20年3月には、ドライトマトの東京出荷が開始され、同時にトマトピューレの商品化も開始された。また、同年9月から11月にかけて熊本県学校給食会に加工品をテスト納入し、翌21年1月にはJA内に「冷凍・冷蔵庫・保管施設」が増床され、同年8月には熊本県学校給食会にトマト加工品を納入することとなった。

この加工研究会の取り組みは、21年度の国の緊急経済対策事業を利用したJAの取り組みとして再編されることになり、その時点で加工研究会の会員が個人出資していた資金は農協から各会員に返還された。それまではJAの研修施設を、使用料を支払って加工事業を行ってきたが、22年4月に「JAやつしろトマト加工所」が農協敷地内に完成した。

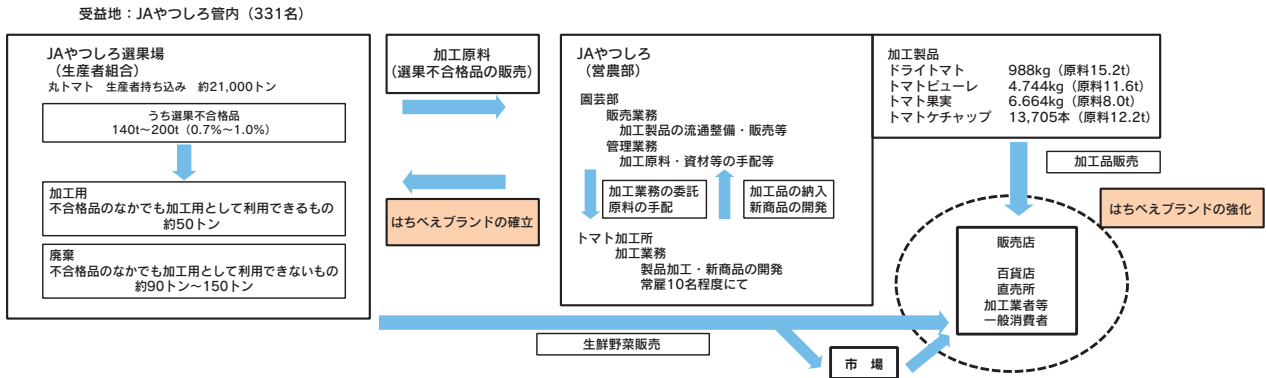


図3 農産物加工施設（トマト加工所）フロー図

資料：JAやつしろトマト加工所提供資料より作成。

（5）各種コンクールにおける連続受賞

ドライトマトは平成20年度の「熊本県農産物加工食品コンクール」で金賞を受賞し、また平成21年度の「優良ふるさと食品コンクール」で農林水産局長を受賞し、同時に日本農業新聞の「一村逸品大賞」の金賞も受賞した。また平成23年度には「くまもと食品科学研究会コンクール」においてトマトケチャップが最優秀賞を受賞するなど表彰が続いた。

（6）経営成果と評価

研究会設立以前のトマト規格外品の利用量は1トンに過ぎなかったが、平成20年度には20トン、21～23年度には30トン、24年度41トン、25～26年度は46トンの規格外品を加工品として製造してきた。27年度は50トンになる見込みである。50トンの規格外品は図4のフロー図のような工程で加工品になっている。

平成20年度は規格外品トマトを1キロ当たり30円で購入し、トマト生産者に還元してきたが、徐々に原料代を引揚げ、現在では80円で購入し（50トンの場合400万円を生産者に還元し）、トマト生産者から喜ばれている。もし、加工されなければ廃棄される規格外品トマトを400万円の商品に転換した成果は高く評価されるべきである。

平成26年度の加工品の販売額は2,327万円である。10名の構成員（常時就業者は7～8名）の成果としては必ずしも多くはないが、10名は第1線を退いた婦人達（70歳前後）であり、加工所がなければ半失業状態であった方々である。しかし、趣味や余暇を楽しみながら、加工所で働く機会を得て、喜んでおられた。加工所は高齢婦人に就業機会を与え、自己実現機会を与えている点でも高く評価される。事務業務はJAの園芸課が担当している。

加工品が全国的に有名になったことにより、その原料であるはちべえトマトも有名になり、加工品がはちべえトマトのブランド化とJAやつしろのPR事業の一翼を担う宣伝隊になっている側面もある。

（7）6次産業化の成功要因

JAやつしろトマト加工所が順調に推移している成功要因は次の9点に要約される。

① 幅広い分野からの支援を受けられたこと。

熊本県、八代市役所、JAなどからの技術指導、資金援助、パッケージ開発、販売先紹介などの支援を受け、さらには販売先からのアドバイスなどを貰い、良質の信頼され

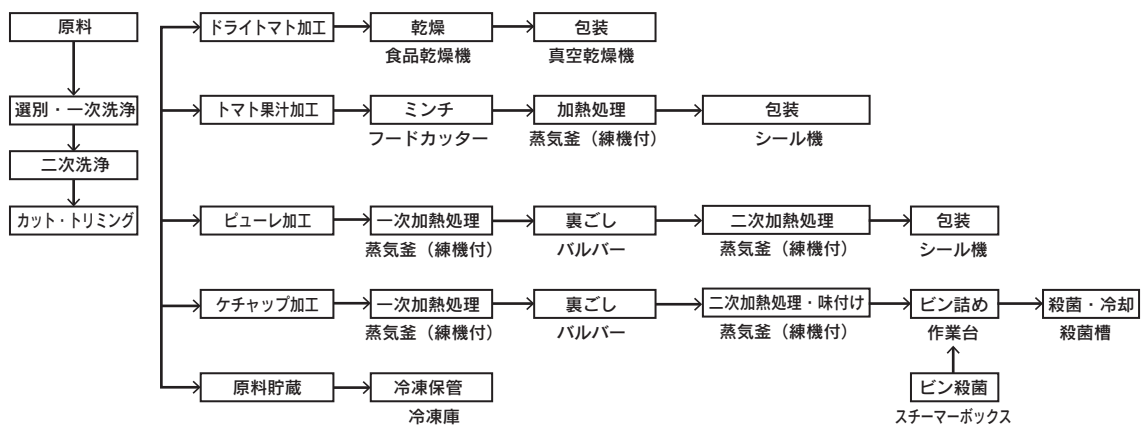


図4 加工トマトの加工工程

資料：JAやつしろトマト加工所提供資料より作成。

る商品の製造に専念できたことが成功の鍵だったと考えられる。加工所の会員達もそのように総括しており、今後とも信頼される商品づくりを経営の大方針にしている。

② 原料は全てJAのはちべえトマトの規格外品を使用。

これが特色であり、差別化商品の要因である。JAのはちべえトマトの定義は、虫を寄せ付けない照明を設置し、農協が制定している厳しい減農薬基準を遵守してJA組合員がJA選果場に出荷したトマトである。出荷している農協組合員数は約331名である。

③ 厳選した規格外品を原料とするために、毎年、加工作業がスタートする前に生産者に規格外品を送り、流通に耐えうる規格の目ならしを行っている。

加工作業がスタートする11月からは、生産者が農協の選果場に持ち込んだトマトをセンサーで選果後、規格外品を加工場に持ち込むが、この段階でさらに加工に適しているものを手で選別している(図4)。未熟で青いトマトやドライトマトに不向きな品種は排除している。規格外品といっても表面がきれいで果肉がしっかりしているものでないと乾燥に耐えられない。

④ 多様な加工品の商品化を実現。

上記の厳選した加工適性品の約20%だけをドライトマトの製造に向け、それ以外の約80%はケチャップ(35%)、ピューレ(35%)、菓子メーカーのゼリー製造材料用のためのジュース(10%)の生産にまわしている。ドライトマトだけではなく、ケチャップ、ピューレ、ジュースも製造していることが採算性を維持するためには必要であり、それが重要な経営安定のポイントである。

⑤ 年間供給体制を構築したこと。

原料の持ち込みは11月から始まり、6月で終了するが、その間に6月以降も加工業務ができるように原料の年間供給できる量をストックしておく必要がある。学校給食

などは通年契約しているの、原料不足で製品を納入できないということが許されない。平成26年は原料が少なく、ストックが不足したので、正規品のトマトを市場価格で買い取り、製品に加工したので、採算上苦しくなった。その反省から27年は十分に原料を確保し、ストックしている。

⑥ 多様な販売先の確保が重要である。

図5のようにドライトマトの出荷先は菓子屋、百貨店(新宿伊勢丹、熊本市内の鶴屋、博多阪急など)、物産館(熊本市内の県経済連の直売所(you+youくまもと農畜産物市場)、新幹線駅八代駅横のよかこ物産館と熊本駅内の物産館)などである。ケチャップは上記の物産館と百貨店以外に熊本県内の学校給食、ピューレは上記の販売先以外に卸売業者(県内の商社である丸菱など)にも販売され、そこを通して全国各地の菓子屋に販売され、ゼリーやグミの原料として使用されている。また果汁は県内の酪農団体(県酪連)である「らくのうマザーズ」と県内の菓子屋に販売している。

⑦ 販売先との共同商品開発が多様な販売先確保に寄与した。

上記の「らくのうマザーズ」と平成20年度「トマト&ヨーグルト」を、また学校給食と香辛料を控えた「子供向けトマトケチャップ」を共同開発している。その際に開発した香辛料、砂糖、塩分を控えたトマトケチャップが一般消費者にも好評である。さらに22年には県内の大手菓子屋である熊本菓房と「トマト大福」を共同開発している。このような共同開発商品が多様な販売先の確保に直結している。

⑧ 乾燥機のフル回転を維持するために、トマトの収穫期を終えた後は貯蔵トマトの加工に加えて、地元産の梨の規格外品のドライ梨の加工を開始し、乾燥機の稼働率向上に努めている。

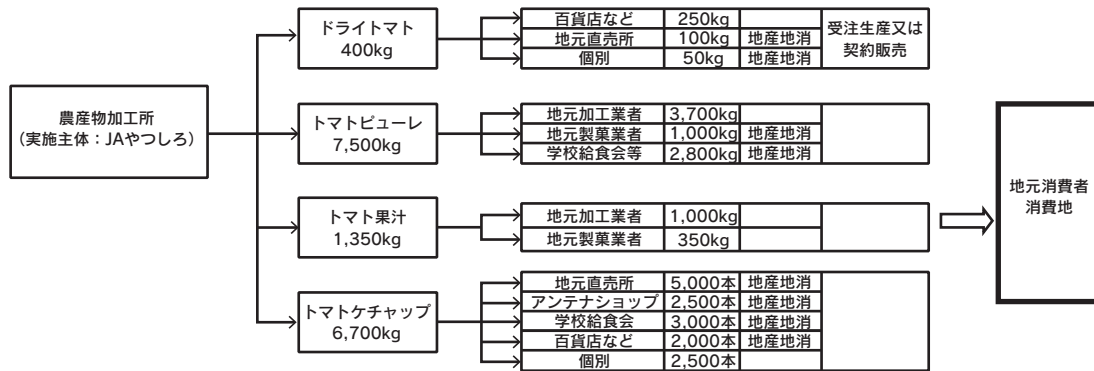


図5 加工トマトの販売先

資料：JA やつしろトマト加工所提供資料より作成。

- ⑨ 元体操選手の田中理恵氏などマスコミを通じてプレミアム品として紹介してもらったことにより知名度が上昇した。

(8) 今後の課題

製造拡大よりも現状維持に主眼をおいているが、今後の課題として次の3点を指摘できる。

① 原料の確保が重要である。販売量が増えると原料の確保が重要な課題になる。

生産者は耐病性大玉トマトで、日持ちのする品種の生産拡大を図ってきたが、この品種はドライトマトに不向きである。果肉が硬くてゼリーが少ない。ドライにすると果肉が白くなって、消費者がカビと間違える。また、水分が少ないので、ケチャップ加工にも不向きである。従来品種とは香辛料の配合などが異なり、製品の均質性が担保し難くなる。JAと共同して従来品種の確保に努め、原料不足の解消を図っている。

② 従業員の確保が課題である。当初の会員達は70歳前後となり、高齢化してきた。

若い人を正規雇用するには販売額が少なく、雇えない。中年の製造人材の確保が課題である。

③ 販売先の拡大に伴い債権保全確保が肝要になっている。

販売先が多様になるのに伴い債権保全が重要になるので、JAと県経済連を通して販売し、代金決済は月末締め翌月払いという契約にしている。加工品の東京方面への出荷はJAのトマトと一緒に積載して貰い、東京の大田市場で販売先と受け渡しをしており、決済は東京青果株式会社とJA熊本経済連を通すなど債権保全に努めている。

4. JAくまの子会社である株式会社クマレイの営業の実態と課題

(1) JAくまの概況

JAくまは平成14年4月1日に熊本県球磨郡錦町に設立された農協であり、平成26年12月25日現在の組合員数は正組合員数7,912名、准組合員数6,669名、合計1万4,571名である^[9]。

平成26年度の受託販売品取扱実績をみると取扱高合計は64.1億円であり、うち野菜が39.7%の25.5億円、畜産物が17.8%の11.4億円である。野菜と畜産物の盛んな農協であることが分かる(表1)。JAくまには11の支店があり、図6に示すように6つの子会社がある。そのうちの株式会社クマレイが以下の分析対象である。

表1 JAくまの受託販売品取扱実績 (単位:千円)

種類	平成25年度		平成26年度	
	販売高	手数料	販売高	手数料
米	1,404,184	37,665	1,299,951	39,708
麦・豆・雑穀	62,672	4,421	88,160	5,819
野菜	2,581,051	45,981	2,553,657	47,429
果実	695,968	12,536	640,672	11,533
花き・花木	348,443	6,162	311,959	5,725
い草				
畜産物	1,469,195	17,934	1,140,523	13,984
林産物	27,142	462	29,387	551
その他	386,928	6,747	346,058	5,936
合計	6,975,583	131,908	6,410,367	130,685

資料: JAくま「ディスクロージャー誌2015」2015年7月より作成。

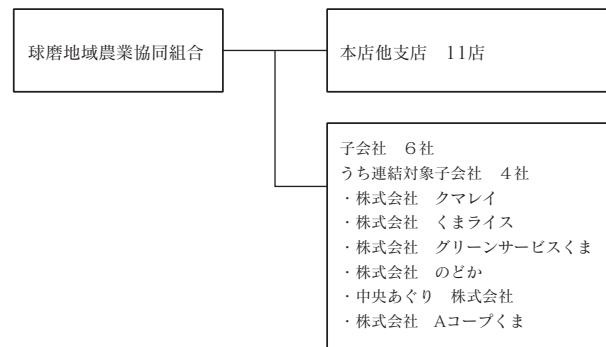


図6 JAくまの組合と子会社との関係

資料: JAくま「ディスクロージャー誌2015」2015年7月より作成。

(2) 株式会社クマレイの設立の目的と推移

現在の株式会社クマレイは、約30年前の昭和59年9月に当時の湯前町農協の加工施設として設立された。地元で大量に生産されるサツマイモを大学いもに加工するほか、タケノコの水煮缶詰め製造、サトイモの加工など地元農林産物の高付加価値化が設立の目的であった。現在、広く知られるようになった「6次産業化」を当該地域では約30年前に事業化していたことが分かる。

加工施設が湯前町農協のものであったため、農協職員が事業を担当したが、加工技術や販売先確保などのノウハウはなく、ゼロからのスタートであった。そのため、当初は赤字が続いた。その主な原因は機械化が困難で、人力で加工していたために従業員を30人ほど雇用しても量産ができなかったためである。

品目についてみると、主要品目であった筍とさといもの加工品が中国からの輸入品と競合するようになり、価格的に厳しいことから製造を断念。平成10年頃から、ほうれんそうの加工を開始した。ほうれんそうは露地栽培で生産でき、手間がかからないという利点があった。当時は、ほうれんそうのお浸しが一般家庭でも食べられていたので、家庭用と学校給食用の冷凍品を生産していた。加工作業は根を切り、ゆがいて折りたたんで冷凍す

るというシンプルな工程であったが、根割り作業に関しては、茎の太さが一定でないことから手作業が欠かせず、量産が難しかった。

平成13年頃から、ほうれんそうの栽培面積が拡大し、冷凍ほうれんそうの生産も拡大したことから加工ラインを導入し「洗浄、カット、ゆがき、冷却、計量、包装」の一貫化を実現。省力化を実現するとともに生産数量はアップし販売額も増加した。

だが平成16年頃から、隣の宮崎県でもほうれんそうの冷凍品の製造に参入したことから競争が激化、さらに、中国の冷凍ほうれんそうの輸入が増加し、経営環境が厳しくなってきた。加えてその頃から製造過程における安全性確保が新たな課題となり、作業の一層の効率化と衛生対策のために更なる追加投資が必要になった。

しかし、農協の加工施設である限り、新たな投資には農協理事会の判断が必要であるが、農協の意思決定は遅く、競争に打ち勝つことが困難と判断して、平成16年に農協の子会社になることとなった。

(3) 株式会社クマレイの取り組みの実態

株式会社クマレイの社長はJAくまの組合長の福田勝徳氏である。取締役専務には農協を退職し退路を断って事業に取り組んでいる高橋幸一郎氏を配し、両者の二人三脚による協力関係と迅速な意思決定により刻々と変化する経営環境に対処している。

平成27年度は、ホウレンソウの原料1,386トンを使用して970トン（歩留り率70%）の製品を製造する計画としている（表2）。原料の約半分は地元から調達し、不足分は宮崎県のえびの市や小林市から調達する見込みである。原料は全量を地元から調達したいが、生産者の高齢化などで思うように生産が伸びず、また、一ヶ所の生産地に依存すると病気や自然災害などの影響を全面的に受けるので、リスク分散の意味もあって他地域からも調達している。

大学いもには焼酎の原料にも利用できる白いイモのコガネセンガンを10年ほど前から使用している。赤芋と

違って甘さは控えめで、べたつかないので、加工に適している。原料の300トンは地元から調達している。

スイートポテトは、イモのペーストであり、パンのあんこに混ぜたり、離乳食に使用されている。年間契約で販売しており、人気が高い。

クリのペーストは高級食材であり、ケーキのモンブランや羊羹の原料として販売されている。クリペーストは安い輸入品も多いので、当工場では球磨産の栗を原料にし、皮むきなど手間を要するので、球磨産ブランドを強調して、高級デパートなどで高く販売している。

加工品の主な出荷先は関東、関西であり、九州内もある。冷凍ホウレンソウは大阪を中心とした関西が多く、冷凍コマツナは関東関西半々くらいであり、大学イモは東京を中心とした関東が多い。スイートポテトのイモペーストは神戸を中心とした関西が多く、栗は名古屋が多く、北海道帯広の菓子屋にも販売している。

(4) 株式会社クマレイの実績と今後の課題

平成26年度の売上高は5億7,441万円であった（表3）。25年の5億6,146万円より増加している。従業員はパート含めて57人であるので、希望としては8億円の売上高を目指している。

しかし、規模拡大には課題も多い。第1は、原料調達の難しさである。九州では夏場の原料確保が困難で、加工場の稼働率を低める原因になっている。当工場は球磨川の上流にあり、九州山脈の奥に立地しているので、傾斜地の零細な棚田は多いが、野菜栽培に適した畑が少なく、原料調達を困難にしている。また、隣県の宮崎県は農業団体が大型の冷蔵施設を有し、原料調達に努めているので競争が激化しており、新たな原料調達先の開拓が課題になっている。

第2の課題は、製造ライン追加に伴う建屋などへの再投資の困難性である。既に工場は手狭になっているので、さらに規模拡大するには建屋の拡張が必要になるが、資金調達が問題である。

第3の課題は、従業員の確保の困難性である。当工場

表2 株式会社クマレイの平成27年度の製品製造計画と販売計画

品目	製品計画	必要原料	販売金額	(単位:トン、千円)																																			
				4月			5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月		
				上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下			
ほうれん草	970	1,386	276,450																																				
こまつな	90	150	24,750																																				
大学いも	150	300	96,000																																				
スイートポテト	100	143	29,000																																				
クリ	60	70	136,500																																				
いちご	15	15	6,750																																				
製造合計	1,385	2,064	569,450	287	82	65	12	12	43	83	103	122	112	192	282																								

注：網掛けの部分は製造期間

資料：株式会社クマレイ提供資料より作成。

表3 株式会社クマレイの損益計算書

(単位:円)

	平成26年度	平成25年度	
売上高	574,408,175	561,451,724	
売上原価	508,101,147	493,746,842	
売上総利益	66,307,028	67,704,882	
販売費・一般管理費	54,410,176	57,641,249	
営業利益	11,896,852	10,063,633	
営業外収益	受取利息	1,454	1,85
	賞与引当金戻入	4,320,000	3,856,000
	受取配当金	800	0
	雑収入	9,511,351	1,191,848
営業外収益計	13,833,605	5,049,698	
営業外費用	支払利息	1,236,256	1,128,854
	賞与引当金繰入	4,320,000	4,320,000
	雑損失	0	0
	営業外費用計	5,556,256	5,448,854
経常利益	20,174,201	9,664,477	
固定資産売却益	0	0	
貸当引当金戻入額	1,297,902	1,779,330	
退職給付引当金戻入額	3,128,942	2,833,400	
特別利益計	4,426,844	4,612,730	
貸当引当金繰入額	1,550,150	1,297,902	
退職給付引当金繰入額	3,847,477	3,128,942	
特別損失計	5,397,627	4,426,844	
税引前当期純利益	19,203,418	9,850,363	
過年度法人税等	0	0	
法人、住民、事業税	8,068,800	3,981,600	
当期純利益	11,134,618	5,868,763	
繰越利益剰余金期首残高	1,015,758	1,146,995	
繰越利益剰余金	12,150,376	7,015,758	

資料：株式会社クマレイ提供資料より作成

の周辺の人口は減少しており、高齢者が多くなり、従業員の新規確保に難渋している。食品工場は加工工程に機械化できない部分を多く含むので、労働生産性が低い。

第4は安心安全を確保するためのシステム構築である。輸入冷凍ほうれんそうの残留農薬は、作業員が待遇の不満から作業工程で毒物を混入したことが原因であったが、そのような危険性はどこの工場でも内包している。フードディフェンス問題を解決するには従業員教育、従業員の不満解消などに注力したシステムの見直しが必要である。

また農薬や毒物の混入問題以外に虫などの異物混入事件も国内で頻発しており、異物混入を防止するための新たな投資も必要になっている。

(5) 株式会社クマレイの成功要因

株式会社クマレイが成功した要因は次の5項目に要約できる。

第1は、子会社化することにより幹部をJAから分離し、専任化させるなど退路を断った仕組みを構築し、工場運営に専念させたことである。第2は、子会社化による設備投資、販売先開拓などの意思決定が迅速化されたことである。第3は、原料調達先をJAの範囲に限定せず、県外からも多様な原料を大量に確保できたことである。原料調達先をJA範囲外に拡張できたことは、原料の病気や自然災害からの被害を回避するリスク分散の効果もあり、安定経営に寄与している。第4は、高品質な

商品を製造できる従業員を確保できたことである。第5は、関東関西の販売先の開拓など広範囲に販売網を構築できたことである。

5. むすび～農協の野菜加工による就業機会創出と地域活性化～

本稿では、JA やつしろのトマト加工所とJA くまの野菜加工子会社・株式会社クマレイを調査対象にして、両者が野菜加工事業により就業機会創出と地域活性化に寄与しているのかについて検証した。得られた結果は次のように要約できる。

(1) 就業機会創出と地域活性化の検証

JA やつしろのトマト加工所は、大量に出るトマトの規格外品の加工利用による付加価値の創造を目的に、地元の直売所で活動していたトマト生産者、加工品製造に関する衛生管理資格を持っている者、JA や役所のリタイア組などが中心になって立ち上げた。当初は必ずしも順調ではなかったが、JA と行政の強力な支援によって平成26年度は年間約46トンの規格外品を加工し、年間2327万円の販売額を上げ、原料費として約370万円をトマト生産者に還元する組織になっている。高齢者の10名の婦人達に年間就業する機会を提供する組織となっている。

この施設がもし無かったら廃棄されたであろうトマトの規格外品を価値化でき、またもしこの施設が無かったら働く場所が無かったであろう高齢婦人に就業機会を与えているという意味で、換言すれば「もしこの施設が無ければ、社会化されなかった2種類の資源を社会化している」という意味で、大きな社会的意義がある組織と高く評価できよう。

一方、株式会社クマレイは、平成26年度に5億7,441万円を売り上げ、パート含めて57人の従業員を雇用している。同社が立地している熊本県球磨郡湯前町はかなりの山間僻地であり、そのような条件不利地において5億円を超える売り上げを達成し、地域に就業機会を与えている意義は大きいと評価できる。

(2) 農協加工場の直営型と子会社型の比較分析

JA やつしろのトマト加工所は、JA の直営施設であるが故にJA や行政から支援を受けることができ、加工原料も自動的に集荷できるというメリットがあるが、JA やつしろは「はちべえ」ブランドのトマト強化ということでJAへ出荷されたトマト以外は受け入れないので、零細規模からの脱却が困難になっているともいうデメリットもある。

一方、株式会社クマレイはJA くまの束縛を受けることなく、迅速な意思決定により環境変化に即応して再投

資したり、原料調達先を管外に求めたりしている。同社はほうれんそうの場合管内から原料の約半分は調達するが、他の半分は県外から調達している。事業規模が拡大すると地元から全量を調達しようとしても生産者の高齢化などで思うように調達できない。また地元など一か所の生産地に依存すると原料の病気や自然災害などの影響を全面的に受けるので、リスク分散の意味もあって管外からも調達している。

我が国の野菜生産が減少し、産地や生産者は加工により付加価値を付けることが求められているが、本稿で取り上げた2事例はその好例と言えよう。

参考文献

- [1] 杉村泰彦・宮入隆・飯沢理一郎「系統農協の加工事業に関する流通機能論的分析」『農経論叢』Vol. 60, 2004年3月。
- [2] 室屋有宏「6次産業化の現状と課題」『農林金融』2013年5月。
- [3] 小林国之「農協の加工事業における作付誘導と収益配分構造」『日本農業経済学会論文集』2001年11月。
- [4] 渋谷長生「農協、生協の組織間調整のメカニズム」『商学論集』第65巻4号, 1997年3月。
- [5] 甲斐論「農協を核とした農商工連携による野菜加工事業の地域活性化効果」『野菜情報』2014年8月号。
- [6] 九州農政局『平成27年度九州食料・農業・農村情勢報告』2016年
- [7] 熊本県『平成25～26年度熊本県農業動向年報』2015年
- [8] JA やつしろ『第20回通常総代会提出議案書』2015
- [9] JA くま「ディスクロージャー誌2015」2015年

〈追記〉

本稿は、拙稿「農協の野菜加工事業による就業機会創出と地域所得の向上」『野菜情報』2015年12月を論文用に書き改めたものである。