

第19号

平成24年8月29日発行
編集局 JA山口中央会



集落営農法人だより

平成24年度山口県集落営農法人連携協議会第3回検討部会開催 ～JGAPの有用性と消費者目線のとらえ方とものづくり～

8月23日、山口市の山口県教育会館で「平成24年度山口県集落営農法人連携協議会第3回検討部会」を開催しました。「JGAPの有用性と消費者目線のとらえ方とものづくり」と題した研修会には、24会員法人39人と関係機関40人の計79人が参加しました。

今回は、テーマにあるとおり、第3者による生産工程管理審査「JGAP」、価値の把握から始まる販売戦略「マーケティング」という2つのツールを紹介し、それらを用いた新たな事業展開について研修しました。

講師は、以下の方々が務められました。

【JGAP】

- ・(株)穂海 代表取締役 丸田 洋 氏
- ・(農)ファーム上ゲ
副組合長 角屋 正治 氏

【マーケティング】

- ・(株)ナレッジリンクス
代表取締役 岸本 純子 氏



第3回検討部会の様子

研修の最後には、「JGAPの推進課題とマーケティングによる自らの価値づくり」と題して、それぞれの項目について参加者全員で検討・協議を行いました。

○会長挨拶

今回は、食の安全・労働安全・環境保全等の観点から「JGAP」を、差別化・ブランド化の観点から「マーケティング」を検討内容とした。これらの重要性を認識しつつも、これまでは実践してこなかった。新たな事業展開に向けても有効なツールであり、法人の経営にどのように組み込んでいくか考えていきたい。



田中 豊策 会長

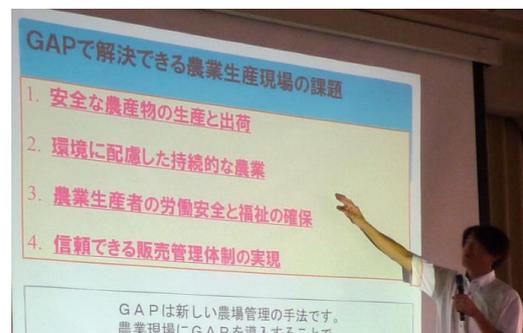
○【研修・実践報告】JGAPの有用性について～(株)穂海におけるJGAPを活用した取り組み～

講師：(株)穂海 代表取締役 丸田 洋 氏

- JGAPとは、「Japan (日本の) Good (良い) Agricultural (農業の) Practice (やり方)」の略である。農業従事者として遵守すべき規範を具体的なチェックポイントとして細分化し、第三者がチェックポイントに沿って評価することにより認証される。(生産工程管理の品質保証)
- JGAPにより①「安全な農産物の生産と出荷」②「環境に配慮した持続的な農業」③「農業生産者の労働安全と福祉の確保」④「信頼できる販売管理体制の整備」といった生産現場の課題が解決できる。
- JGAPは整理整頓が要となる。「どこに何があるか」しっかり把握することで、時間的・物理的なロスを防ぐことができる。また、「作業記録簿」「栽培計画」も重要である。作業記録簿をつけることでトラブルが発生した際の原因の追及ができるようになり、栽培計画を立てることで販売計画や資金調達が明確になるほか、資材・労働力・機械等の適切な配分・管理ができるようになる。
- JGAPに取り組む際には、金と時間をかけないこと、ビジョンを明確に持ちJGAPをツールとして活用することが長続きするコツである。JGAPの規定に沿って自分たちで取り組みを工夫して行ってほしい。また、JGAPに沿って作ったルールは、作業員へ周知徹底(危険作業の安全研修・危険箇所の表示・ルールの掲示等)することが重要である。
- JGAP導入のメリットには、①「短時間、低価格で法人としての経営の基礎の部分の導入ができる」②「事故が起きた時の対応も含め、リスク管理をしっかりと行えるようになる」③「農場全体の効率が上がる」などがある。JGAP認証取得のメリットには、①「新しい販路の開拓」②「先進的な取り組みをしている農場、地域としてブランドが向上する」③「選ばれる農産物となる」などがある。

- (株)穂海にとってJGAPとは、農場を効率的に経営し、目標に向かっていくための道具である。

JGAPにより、農場の基礎を固め、「きちんとした“お客様”への対応」「的確な商品構成」「栽培技術の確立」ができるようになり、経営の安定化に繋がる。



現場の課題を説明する丸田講師

○【実践報告】(農)ファーム上ゲのJGAP認証までの取り組みについて

報告者：(農)ファーム上ゲ 副組合長 角屋 正治 氏

- (農)二条窪や滋賀県の先進地に刺激を受け、資格認証に向けて取り組むことを決意した。自身もJGAP指導員資格を取得し、組合員に対して、JGAPの有用性及び組織統制の重要性の理解に努めた。
- 農産物の安全・環境への配慮・生産者の安全・農場経営と販売管理について、約130の項目を一つ一つ検討・改善を実施するのにとても苦勞した。今年6月26日に認証を取得した。
- 現在、指示書を随時発行しており、ルールに即した(勝手な個人判断のない)組織統制を実施している。



認証までの経過を話す角屋氏

○【研修】～モノを売るためには?!～

講師：(株)ナレッジリンクス 代表取締役 岸本 純子 氏

- マーケティングとは、①「価値(農産物)は誰が欲しがっているか?」②「他者との違い、ウリは何か?どこか?」③「価値(農産物)はどのくらい量があつていくら売りたいのか?」④「その価値(農産物)をわかってくれる人はどこにいるか?」について考え、行動に移すことである。



岸本講師

- (事例) 地域米におけるJAと生産者が実施したマーケティング店舗を使った試食販売を実施したら、ターゲットが把握できた。
⇒JAは営業アプローチ先を再検討し、生産者は自分たちの米の価値(他との違い)を伝えることを認識した。
⇒作り手と売り手の気持ちを合わせることが重要と気づいた。

- モノを売るためのポイントは、①「自分たちの作ったものの魅力(食べ方・品質・取り組み)が説明できること」②「自分たちの作ったものを売りに行くこと」③「同じ気持ちの仲間を作ること、囲むこと」④「誰に食べてもらいたいのか、どこで売りたいかを定めること」⑤「営業の気持ちになってモノを考えてみること」である。

これらの中でも、③「同じ気持ちの仲間を作ること、囲むこと」が一番難しい。人と人との気持ちをマッチさせることは時間がかかるからである。お互いに情報を共有し合い、理解に努めることが重要である。



熱心に話を聞く参加者

○【検討・協議】JGAPの推進課題とマーケティングによる自らの価値づくり

中央会地域農業戦略室の吉武悟志がコーディネータ（司会）となり、3名の講師をアドバイザーとして、JGAPとマーケティングについて参加者全員で協議しました。

【JGAPについて】

JGAPの有用性について再確認した後、JGAPに取り組むうえでの課題（集落の拒否反応、ルール徹底の難しさ、認知度の低さ）等について意見出しを行い、どうやって一步を踏み出していくか協議した。また、JGAPは販売のためのツールとしてではなく、農業生産のベースを固めるツールとしての役割が大きい事を確認した。

【マーケティングについて】

岸本講師が説明されたマーケティング定義を基に、各参加者が「誰に・何を・どのように・いくらで・どこで売っていくか」について整理する表を記入した。その際、（農）三ヶ村のケースを例に挙げ、アドバイザーより今後の取り組みについて意見をいただいた。



コーディネータと講師



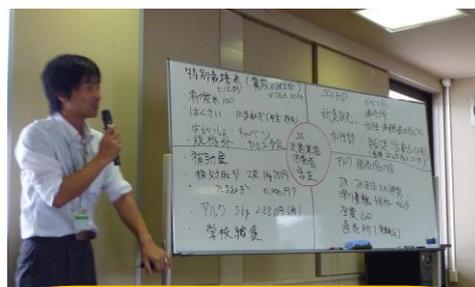
販売戦略を説明する全農



意見を出す法人参加者



コーディネータとやりとり



（農）三ヶ村の戦略を検討



（農）三ヶ村の状況を説明

○【JAあぶらんど萩】「阿北地域集落営農法人交流会」開催

8月24日、萩市の「小川婦人の家」で「阿北地域集落営農法人交流会」が開催されました。阿北地域にある「小川の郷」「弥富5区」「本郷原」の3つの集落営農法人が主催し、県や市、農協などの関係機関が参加しました。

現在、農業を取り巻く環境は、担い手の高齢化や耕作放棄地の増加、また、経済不況の影響を受け、米をはじめとした農産物価格の低迷による所得低下や、農業政策が政局により大きく変わるなど不安定で、農林業の持続的な経営が非常に厳しい状況となっています。こうした中、地域の農地保全と集落機能の維持、次世代の担い手確保のため、集落営農法人が設立され、各種課題の解決に向け積極的な取り組みを展開されています。

そこで、阿北管内の集落営農法人が相互連携し、情報交換を行うことで経営改善及び活動活性の一助とし、地域農業の振興を図る事を趣旨に今回交流会が開催されました。

第1回目となる今回は、まず、山口県萩農林事務所より、県域並びにJAあぶらんど萩管内の集落営農等の推進状況について説明がありました。次に、概況報告をそれぞれの集落営農法人が行いました。

その後、参加集落営農法人と関係機関を交え意見交換を行い、中山間直接支払制度や、農地・水保全管理支払交付金等の制度の有効利用や、人手不足で年々困難になる草刈作業を今後どのように行っていけばよいかなど多くの意見がでました。

参加された法人代表は「今後この交流会で情報交換を行い、法人間連携を進めるとともに強化していきたい」と抱負を述べられました。

今後は、年に2～3回定期的で開催し、次回は12月上旬の開催を予定しています。

(寄稿者：JAあぶらんど萩 小見山)



活発に意見交換を行う参加者

