

「農林水産業・地域の活力創造プラン」に係る本会の対応

平成29年1月以降、会員JAとの組織協議を経て、3月28日の第49回臨時総代会で決定した、「農林水産業・地域の活力創造プラン」は、以下の2点の観点から策定しました。

○生産資材事業と販売事業におけるそれぞれの市場構造を再確認し、会員・組合員から支持され、かけがえのない存在（代わりのきかない存在）であり続ける組織の概要はどうあるべきか。

○農業分野のメインプレーヤーとして、今後の我が国農業の持続的な発展に資するために社会に向かってどのような働きかけ方をすべきか。

主要事業の基本的考え方、実施具体策・年次計画は次のとおりです。

1. 販売事業（米穀・園芸）

これまでの誰かに「売ってもらう」から「自ら売る」に転換する。

米穀事業では、旧食糧管理法下の流通構造（全農が米卸業者に玄米を供給し、精米流通は米卸業者）と事業マインドが根強く残っており、消費形態の変化や消費量の減少が続く飽和市場においては、最終実需である精米分野への進出が不可欠と認識。

園芸事業では、卸売市場の機能が無条件委託販売の価格形成・代金決済機能から広域の荷捌き機能やバイイングパワーに対応した予約相対取引等の価格形成機能に移行しており、市場経由率は年々減少する実態にある。

販売事業の新しい事業モデルとして、米卸業者や卸売市場経由主体の事業から、取引先への出資・業務提携やパートナー市場の選別等をおこないながら、量販店や加工業者など実需者への直接販売を主体とした事業へ転換し、生産者の手取り向上を目指す。

事業別実施具体策・年次計画（米穀）

項目	具体策	年次計画		
		29年度	30年度	31年度～
1. 目標（※）	(1) 実需者への直接販売の拡大（28年度見込み：80万ト） （実需者への販路を特定した販売を含む） (2) 買取販売の拡大（28年度見込み：22万ト）	(1) 100万ト（47%） (2) 30万ト（14%）	(1) 125万ト（62%） (2) 50万ト（25%）	36年度（1）主食米取扱の90% （2）主食米取扱の70%
2. 推進体制の整備	(1) エリア別（消費地・県域など）・実需者業態別（中食・外食業者、加工業者、量販店など）の推進体制の整備			
3. 得意先リスト作成・販売推進	(1) 米使用量の多い主要実需者（中食・外食業者、加工業者、量販店など）を中心に推進先を設定 (2) 推進先別に営業担当者を配置し推進実施（役員によるトップセールス含む） (3) 上記推進に加え、実需者への安定的な販路を確立している米卸業者・パール卸も活用し、安定的・効率的な販路構築			
4. 実需者・米卸業者との連携強化	(1) 直接販売拡大に資する主要実需者や米卸業者との関係強化を目的とした出資・業務提携推進・実施			
5. 直販関連インフラの整備	(1) 直接販売拡大に資する諸施設の整備 ア. 広域集出荷施設 新設予定：4か所 イ. 炊飯施設 炊飯事業者との資本・業務提携・工場新設等による事業拡大 ウ. 精米工場 米卸との資本・業務提携、統廃合などによる工場再編			
6. 産地への販売情報フィードバックと安定的取引の拡大	(1) 実需者推進結果をふまえ実需者ニーズ・取引条件を産地に提案 (2) 事前契約（播種前・複数年契約）の仕組み変更（実施時期を生産前年に早期化）による事前契約拡大			

※目標は本会取扱数量に加えて、県連・県農協の直接販売・買取販売の数量を含む。

事業別実施具体策・年次計画（園芸）

項目	具体策	年次計画		
		29年度	30年度	31年度～
1. 目標	(1) 直接販売を全農取扱金額約1兆円の「過半」5,500億円をめざす。 ア. 目標金額（28年度見込み：3,100億円） イ. 内、直販（28年度見込み：2,270億円） ウ. 内、予約相対取引（卸売市場経由）（28年度見込み：830億円） (2) 買取販売の順次拡大をめざす。（28年度見込み：2,270億円） 現行の直販に加え、予約相対取引の買取販売への移行をめざす。	(1) 直接販売 ア. 3,200億円 イ. 2,340億円 ウ. 860億円 (2) 買取販売 2,340億円+α （予約相対取引からの移行分）	(1) 直接販売 ア. 3,300億円 イ. 2,410億円 ウ. 890億円 (2) 買取販売 2,410億円+α （予約相対取引からの移行分）	(1) 直接販売（36年度） ア. 5,500億円 イ. 3,500億円 ウ. 2,000億円 (2) 買取販売（36年度） 5,500億円
2. 推進体制の整備	(1) エリア別（消費地・県域など）・実需者業態別（中食・外食業者、加工業者、量販店など）の要員体制の整備 (2) 県域を越えたブロック域での共同営業の実施	エリア別・業態別要員体制整備 加工業務実需者への共同営業	取引先の順次拡大	
3. 得意先リスト作成・販売推進	(1) 業態別ニーズ（中・外食業者、加工業者、量販店など）の把握と推進先の設定 (2) 推進先への提案型営業の実施 (3) 中食向けサプライヤーとの業務提携・出資、合弁会社の設立 (4) 家計消費向けに輸入量の多い野菜の国産への転換	ニーズにもとづく提案型営業の実施 ターゲット企業の選定 加工メーカーとの連携強化 生産技術の確立、マーケットシェアの順次拡大	業務提携・出資の推進、合弁会社設立 加工メーカーとの連携強化	
4. 実需者・卸売市場との連携強化	(1) 産地（JA）との品目別販売戦略の策定 (2) 販売力があり戦略の共有できる「パートナー市場」の選別 (3) 実需者・パートナー市場と連携した予約相対取引の推進 (4) 予約相対取引拡大のための卸売会社向け出資	品目別販売戦略の策定 パートナー市場の選別 営業体制の強化	品目別販売戦略の順次見直し パートナー市場の見直し 実需者ニーズのフィードバックと産地推進	パートナー市場への荷物の集中
5. 直販関連インフラ整備	(1) 全農 ア. 広域集出荷施設の整備 設置済：全国20か所 設置予定：新規6か所（山形、福島、栃木、山口、徳島、福岡） イ. ブロック拠点の設置 ウ. CVSベンダー・食品加工会社向け、一次・二次加工施設の新規設置 (2) JA全農青果センター ア. 新規営業拠点の設置と営業エリアの拡大 イ. 施設拡充（コールドチェーンや物流基地化等）による新規顧客の囲い込み	新規設置：4か所 新規営業拠点の設置 コールドチェーン化など施設の拡充	新規設置：1か所 ブロック拠点 一次・二次加工施設の設置 営業エリアの順次拡大	新規設置：1か所（31年度）以降、順次拡大 事業拡大
6. 産地への販売情報フィードバックと安定的取引の拡大	(1) 生産振興対策の取組強化 ア. 実需者ニーズの産地へのフィードバックとニーズにもとづく生産提案・契約栽培提案 イ. 加工・業務用重点5品目の契約栽培の推進（キャベツ、レタス、ニンジン、タマネギ、ネギ類） ウ. 農作業支援の取組強化	実需者ニーズにもとづく生産提案の実施 加工・業務用重点5品目の順次拡大 支援マニュアルの作成	加工・業務用重点5品目の順次拡大	支援の順次拡大

2. 生産資材事業（肥料）

（1）系統肥料事業は、戦後の食料増産政策を肥料面から補完した肥料2法の“全国あまねく良質の肥料を供給する”という事業モデルを基本的に継承。

農家の減少や大規模化など生産現場の変化や栽培・施肥技術等の近代化・多様化に対応するには、この事業モデルでは不十分と認識。

新しい事業モデルとして、あらためて共同購入の実を上げるようシンプルな調達・供給ができる競争入札等を中心とする購買方式に抜本的に転換し、海外からの製品輸入の取扱いを含め、業界再編に資する資材価格引き下げにつながる改革を不断に実行していく。

（2）新事業モデル実施にともない行なう「価格と諸経費の区別請求」の事務は、肥料にとどまらず他の生産資材も含め29年度より順次実施。

また、競争入札等の手法については、新事業モデル実施に先立ち実施するシミュレーションのなかで具体化する。

※農薬、農業機械、段ボール、飼料については、実施具体策・年次計画のみ掲載

事業別実施具体策・年次計画（肥料）

項目	具体策	年次計画					
		29年度				30年度	31年度～
		4-6月	7-9月	10-12月	1-3月		
共同購入による新たな購買方式への転換	(1) 受注・購入方式転換の生産者への周知 (2) 事前予約注文を全農へ積み上げ 30年春肥用肥料で開始 (3) 予約数量をもとに、相見積り・入れなどにより徹底比較して、最も有利な価格・工場を決定 (4) 予約注文にもとづく配送	受注・購入方式転換の生産者への周知	事前予約注文を全農へ積み上げ	最も有利な価格・工場を決定	予約注文にもとづく配送		
		→ 一般高度化成・NK化成が対象				→ 他の化成肥料に拡大	
1. 生産者の事前予約注文を全農に積み上げる予約・受注方式への変更	事前予約注文を積み上げるために必要な条件整備 (1) WEB受注システムの開発・導入 (2) JA未利用生産者への推進強化	要件定義	システム開発		運用開始／本格稼働		
			モデルJAで試用				
		推進具体策策定	個別推進				
2. 事前予約注文をもとに最も有利な価格と購入先を決定する購入方式への変更	購入方式変更のための条件整備 (1) 工場別製造・配送コストシミュレーション (2) 購入先の徹底比較 (3) 従来の全国一律持込渡し価格を工場戸前渡し価格に変更 (JA・工場間の距離に応じた工場戸前渡し価格の設定) (4) 価格と諸経費を区別して請求	工場別製造・配送コストシミュレーション		購入先徹底比較			
		組織討議		新供給価格への移行			
3. 銘柄集約	(まずは一般高度化成の約400銘柄を10程度に集約) (1) 県行政との施肥基準見直し・銘柄集約協議 (農政局ごとに会議を開催) (2) JAとの栽培暦・注文書の切替協議 (3) 銘柄変更に係る生産者への周知	県行政協議	JA栽培暦・注文書切替				
		生産者周知					
4. 購買体制の効率化・スリム化	(1) 上記の取り組みを通じて、機能統合、業務の効率化をはかり、購買体制のスリム化をすすめる。	案作成		組織討議		合意できた地区から実施	

事業別実施具体策・年次計画（農薬・農業機械）

農薬

項目	具体策	年次計画		
		29年度	30年度	31年度～
1. ジェネリック農薬による価格引き下げ	(1) ジェネリック農薬の共同開発を含む登録を促進する。 (28年度：ジェネリック農薬協議会設立)	開発剤の選定	ジェネリック農薬の開発 (販売開始：34年)	
2. 品目集約による価格引き下げ	(1) 水稻除草剤を中心に品目を集約し、価格引き下げを実現する。	重点品目の絞り込み	J A 防除暦・注文書への掲載	現地試験等の実施
3. 農薬担い手直送規格による価格の引き下げ	(1) 工場から生産者へ直送する大型規格の取り扱いを強化する。	4万ha	8万ha	12万ha

農業機械

項目	具体策	年次計画		
		29年度	30年度	31年度～
1. 機能を絞った低価格モデル農機（大型トラクター）の共同購入	(1) 生産者モニターの意見を反映した「低価格モデル農機（大型トラクター）」仕様を決定し、メーカーに開発要求 全国の生産者から積み上げた実オーダーをもとに、相見積り・入札等により徹底比較し、最も有利な条件で一括仕入れ	モニター活動 → 仕様決定 → メーカーへ開発要求	メーカーより製品提案 → 各社比較し一括仕入 ↑ 全国集約 実オーダーの積み上げ	機種・クラスの拡大
2. 「所有」から「共同利用」への転換	(1) 農機シェアリース（大型コンバインの共同利用）の促進 (2) 野菜作機械レンタル事業の拡大	10チーム（50経営体） タマネギ・白ネギ用機械	30チーム（200経営体） 対象作物を順次拡大	50チーム（400経営体）
3. 農業者を支援する修理・アフターサービス体制の整備	(1) 生産者によるセルフメンテナンスの促進や、部品の共通化・規格統一等による機械の維持コスト削減 (2) 中古農機の流通促進（中古農機査定士育成・インターネット活用） (3) 迅速な部品配送、修理・整備対応をおこなう、アフターサービス体制の整備	農機センター等を活用したセルフメンテナンス講習会の実施 査定士育成（累計500人） インターネット活用による情報発信モデル地区（関東）での実証	農機センター等を活用したセルフメンテナンス講習会の実施 査定士育成（累計600人） エリアの拡大	査定士育成（累計700人） 全国展開 広域部品センターの整備、修理・整備施設の適正配置、技術担当者の育成

事業別実施具体策・年次計画（段ボール・飼料）

段ボール		年次計画			
項目	具体策	29年度	30年度	31年度～	
1. 規格集約による段ボール価格の引き下げ	<p>(1) 全国指定野菜、および各地の主要青果物用段ボール箱を、輸送用パレットサイズに最適な全国標準段ボール箱規格、県域での標準箱規格へ集約</p> <p>例：全国指定野菜の3品目（タマネギ、サトイモ、ピーマン）で量目・輸送距離別の標準規格をJA・部会等と協議・決定し、実需を積み上げ (31年度に1,300規格の3割程度を標準規格へ集約)</p>		<p>全国指定野菜、各地主要青果物を品目別に、順次、左記のサイクルで集約</p>		
		<p>※輸送効率向上のため、関係機関・団体による国内のパレット等の規格統一促進も重要と認識</p>			
飼料		年次計画			
項目	具体策	28年度	29年度	30年度	31年度～
1. 製造・供給体制の合理化	(1) 港湾・地域別の立地・老朽化の状況等をふまえた、くみあい飼料工場集約、および他メーカーとの連携による飼料工場再編				
	(2) 製造数量が月間10t以下の小ロット銘柄（500銘柄）について、他銘柄への移行などをおこない、30年度までに約2割を削減				
	(3) 原料の配合割合が固定化している銘柄について、栄養成分による指定への見直し				
2. 原料の調達力強化	(1) 穀物需要が増加するアジア等への販売拡大と米国・ブラジル等産地での調達力強化				
	(2) 商社・商系メーカー等との飼料原料の共同購買・共同物流の実施				
	(3) 飼料メーカーにおける原料特性に応じた調達先の多様化				

3. 輸出事業

我が国の食料消費の減少が見通されるなかで、国内農業生産の維持のために不可欠な事業分野と認識。

国内農業生産に直結するいちごなどの生鮮品の輸出について、輸出先国の検疫や為替リスクなどの阻害要因をひとつずつ解決しながら、長期に安定した事業として確立するため、輸出事業に係る体制を整備し、相手国の輸入・消費動向等の徹底した調査にもとづき、重点国・品目別の生産・輸送・販売体制の構築を目指す。

事業別実施具体策・年次計画（輸出）

項目	具体策	年次計画		
		29年度	30年度	31年度
1. 輸出拡大目標 ※31年度目標は、検疫等輸出阻害要因の緩和（70億）を含む	全体金額 （内訳） （1）牛肉 （2）米 （3）青果物 （4）豚肉 （5）乳製品 （6）鶏卵 （7）その他	全体金額：174億円 （内訳） （1）牛肉：55億円 （2）米：29億円 （3）青果物：72億円 （4）豚肉：1.5億円 （5）乳製品：8億円 （6）鶏卵：0.8億円 （7）その他：8億円	全体金額：207億円 （内訳） （1）牛肉：69億円 （2）米：32億円 （3）青果物：82億円 （4）豚肉：2.5億円 （5）乳製品：11億円 （6）鶏卵：0.9億円 （7）その他：10億円	全体金額：340億円 （内訳） （1）牛肉：130億円 （2）米：45億円 （3）青果物：135億円 （4）豚肉：3億円 （5）乳製品：14億円 （6）鶏卵：1.2億円 （7）その他：12億円
2. 海外拠点整備	（1）設置済：シンガポール、ロンドン、アメリカ （2）設置予定：香港、台湾、タイ、中国	現地調査・設立準備・設置		
3. 生産戦略（産地づくり）	（1）米の輸出用産地（低コスト多収栽培）の育成 （2）青果の輸出用産地の開拓 （3）リレー出荷体制の整備（品目）	実証試験：10J A 3産地 整備：柿・いちご 試験：ぶどう、もも	実証試験：15J A 専用産地：5J A 5産地（累計8産地） 整備：ぶどう 試験：もも	実証試験：20J A 専用産地：10J A 10産地（累計18産地） 整備：もも
4. 輸送戦略	（1）品質保持技術の実証と実用化 （2）共同物流による低コスト化	試験輸送 産地の輸送実態の把握	順次実用化 混載に向けた働きかけ・順次実施	
5. 販売戦略の実践	（1）販売見込み先リストにもとづく営業強化 （2）販売機能強化のためパートナー企業との連携	国別輸出戦略にもとづく順次拡大		
6. 新たな需要の掘り起こし	（1）日本版イーターの設置検討 （香港、米国における産直市場、小売店舗、料理教室など） （2）CIAでの日本館設置	調査にもとづく設置検討	設置準備・順次設置	
7. リテール分野への進出	（1）現地中食・小売企業との連携 （テイクアウト店舗、テナント展開など） （2）直営レストラン （3）Eコマース	調査	準備・順次事業開始	
8. 日本版SOPEXA（仮称）との連携	（1）国内：マーケット・検疫情報の収集と産地へのフィードバック、販売戦略の共有化 （2）海外：現地での共同プロモーションと販売拡大に向けた情報交換等	連携強化		
9. 加工食品原料	（1）加工食品原料の国産への切替促進	品目・製造先リストアップ リストにもとづく調査・順次営業開始		

以上