

## 地域おこしとJAの役割について（問題提起）

平成22年3月19日

### 1 問われる経営判断

不良債権処理、景気低迷による利鞘縮小、金融規制に対応した自己資本の向上といった避けがたい状況に対応するため、合併・人員削減・支店統廃合を優先的にすすめ、経営的にみれば全国的には落ち着きをみせてきている。

景気の低迷の長期化し、高齢化や世代交代が今後加速的にすすむ中で、JA事業・経営の見通しはさらに厳しさを増す見通しであるが、将来を見通しさらなる合理化にむかうか、一步踏みとどまり、「組合員の暮らしを豊かにする、暮らしやすい地域づくりに貢献する」というJAの原点に立ち返った取り組みを志向していくのか、経営判断が問われる岐路にある。

### 2 所得拡大、仕事興しの視点は何か

JAとして組合員の暮らしを豊かにするには、何よりもまず組合員の所得の拡大である。販売力強化にむけて、食管、市場出荷一辺倒からの脱却にむけて意識改革、事業改革をすすめてきたが、大手量販店を起点とした価格形成と後継者がでてくるだけの生産者価格との乖離を埋めきれしていないのが実態である。

米に限定して新たな所得補償政策が打ち出されたが、土地改良からの付け替えであり、農業予算全体で見れば縮小傾向であり、いずれ負担金の値上げや施設更新負担という形で農家に跳ね返ってくることは避けられない。国の補助金に過度に期待し、農家の将来を委ねていくことは極めて危険である。

こうしたなかで、JA・産地自らの力で必要な所得拡大をはかっていくためには、一つは他の追随を許さないブランドづくりである。そのためには適地適作、技術水準の高位平準化にむけた営農指導の愚直な継続が基本であり、JA伊達みらいの長い時間をかけた産地づくりから学ぶことが大きいのではないか。

また、ファーマーズの広がりや売上ベースで1兆円を超えたといわれており、国内の野菜・果実販売の1/3を占めるまでに至っている。「地域が必要とするものを地域でつくり、販売していく」という地域自給への消費者の共感をさらに拡大していく必要があり、JA氷見の地域ネットワークによる加工品づくりから、地域をフィールドとした新たな生産と消費のかたちづくりを考えたい。

### 3 少子高齢化社会において地域づくりJAとして如何に向き合うか

地域社会の高齢化と少子化が一層すすんでいくなかで、高齢者のケアと子供達の教育に対して、地域協同組合としてのJAの役割発揮を避けて通ることはできない。核家族化がすすむなかで、介護保険制度が立ち上がり、行政サービスによる支援体制が整備されてきているが、さらにすすむ高齢化社会の中では限界がある。

また、介護を行政や民間サービスに全面的に委ねてしまうことに、誰しもが殺伐とした荒涼感を感じているのではないか。家族でだめなら地域全体で支えあう地域福祉の仕組みづくりにむけて、地域住民を組織する最大の組織としてのJAの役割が問われているのではないか。JAコスモスの組合員・地域住民を巻き込んだ地域福祉活動から学ぶことができるのではないか。

### 4 ビジョンを実践するのは組織であり、人

今JAに求められる役割は明らかであるが、ビジョンを実践するには事業・活動を担う組織づくり、組織を構成する人材育成が必要である。どんな立派なビジョンを描いたとしても実践する組織と人材がいなければ、絵にかいた餅である。

とりわけ、合併により地域から離れば離れるほど、組合員や地域の生の暮らしの実の姿は見えにくくなるし、部門別採算性の徹底は組合員の暮らしをトータルでみつめる目線、事業に直接結びつかない協同活動への職員の関心を低下させることになりかねない。

また、一対一の顧客サービスの充実を意識しすぎるあまり、協同組合固有の力である組織づくり、ネットワークづくりにむけた役職員のコーディネート力を磨いてきているか。組合員をまとめる組合員リーダーの発掘と養成に本気で取り組んでいるか。協同組合という組織運動体のリーダーとして組織力、人材育成力が問われている。

いずれにしても、地域おこしとJAの役割、そのために必要な組織づくりと人材育成は、当面するJAの本質的な問題である。地域における実践事例と相互討論の中から、課題解決のヒントをさぐりたい。