

# トモエ肥連・通常総会開催

～現場力の向上により、拡販を達成しよう

去る5月27～28日、第59回トモエ肥料販売協同組合連合会通常総会及び全国拡販推進会議が、東京ガーデンパレス(東京・御茶ノ水)にて開催され、通常総会は全6単協と組合員28店の参加を得られた。

開会に先立ち、去る2月18日にご逝去された元理事長五十嵐皓太氏(株式会社ネイグル新潟 前代表取締役会長)に黙祷が捧げられ、五十嵐副理事長(株式会社ネイグル新潟代表取締役社長)の開催宣言により始められた。議長選出を受けた米倉理事長(米倉商事株式会社代表取締役社長)のもとで、平成24年度事業報告等、25年度事業計画等の議案が審議された。25年度は設立60周年記念事業が了承され、山後前事務局長の後任としてトモエ肥連山本事務局長が新たに員外理事として選任された。また、第60期スローガンは「現場力の向上により、拡販を達成しよう」と目標を掲げて総会は滞りなく盛会に終了した。

祝辞として農林水産省生産局農産部技術普及課浦野課長補佐より、安倍内閣が推進する攻めの農林水産対策の紹介、生産環境総合対策事業等について説明、低コスト施肥技術体系確立事業については肥料販売事業者等の幅広い肥料関係者が組織する団体も対象者となる事が紹介された。エムシー・ファティコム(株)山森社長からは、いわき工場の設備投資に伴う改修工事、肥料価格値上げ、来年4月より予定されている消費税増税による出荷の集中が想定される為、計画的な前倒し取り引きが要請された。当社三宅社長からは、農業環境が変動する中、機能のある商品が時代に応じて価値付けを

(次ページ上段へ続く)



議長を務める米倉理事長

## 農業・農村の成長戦略

### 2010年までに所得倍増計画を打ち出す

安倍首相は「農業・農村の所得倍増目標」として2010年度の農業生産額9.4兆円を基本設定(農業所得3兆円を基準に設定)とし、10年後の農業生産額を12兆円に増加させる政策を実施。前号で紹介した土地の集約化を進めて規模拡大によるコスト削減や6次産業化による農村への還元により農業所得が6兆円に倍増したい構想を披露した。

#### 6次産業化の市場規模拡大

所得倍増の政策として6次産業化の市場規模拡大を挙げた。6次産業化の市場規模を現在の1兆円から10兆円に10倍拡大を計画。この拡大で得た9兆円もの金額が農村に還元されるかが大きなポイントとなる。2013年3月発刊の日本政策金融公庫の「平成24年度農業の6次産業化等に関する調査」では既に回答先の半数以上が6次産業化に取り組んでいる。6次産業化に取り組む理由としては回答者の約7割が価格決定権を確保し差別化・ブランド化を重視した取り組みを行っている例が目立つ。但し、

(次ページ上段へ続く)

(前ページ上段より続く)

見出せば厳しい時代でもチャンスは広がるとし、共に歩んでいきたいと締めくくった。総会前に行なわれた全国拡販推進会議ではエムシー・ファティコム(株)技術普及グループ及び開発普及本部より、商品説明「サンソーネ」「サンメイト・スーパーハイエース」「微生物とときわ商品～微生物機能の活用～」を理論とデータを紹介しながら丁寧に説明された。また、講習「天候異変と土づくり」では茨城県土浦市の気象データより解説、土作りの重要性を指摘された。最後に記念講演として「おかげさまで150年現場目線でやってきた事、今考えている事」と題して豊田肥料(株)豊田副社長より、創業150年の歴史の歩みについて、また豊田社長からは現在の取組みと今後の取組みについて説明頂き、とても感慨深く参考になる内容であった。いずれの内容についても参加者は熱心に聴講され、好評であった。

(前ページ下段より続く)

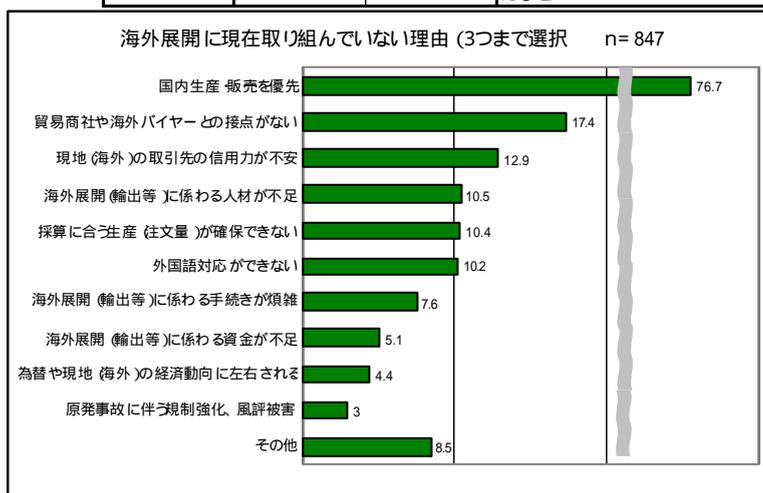
回答者の6割が営業・販路開拓に関する人材・ノウハウが不足していると回答しており、具体的な成功事例等をどこがアドバイスし成功に導いていくのかが、鍵となるだろう。

### 輸出農産物の倍増計画

現在4,500億円規模の日本から輸出される農産物を倍増し1兆円規模に目標を設定した。2012年度の加工食品を含む農林水産物の輸出額は前年比14億円減の4,497億円。東日本大震災からの復興途上

にて特に福島第一原子力発電所の事故に伴う諸外国の輸入規制が響いた。ただし品目によっては牛肉や梨、ナガイモなどは輸出が増えるなど回復傾向も見られる。2013年3月発刊の日本政策金融公庫の「平成24年度農業の6次産業化等に関する調査」では輸出農産物については既に取り組んでいる農業法人は1割ほどで今後は3割弱で意欲があると回答している。今まで取り組んでいなかった理由としては「国内生産・販売を優先」が77%、「貿易商社や海外バイヤーとの接点がない」が17%となっている。今までが伸び悩んできた理由としては「採算に合う生産や注文量が確保出来ない」「信用不安」「為替や現地の経済動向に左右される」「原発事故に伴う規制強化・風評被害」といった声があり課題が残る。また今後の課題として、国内よりも有利な価格条件で販売したいという声も多く、実勢価格とのギャップがあるようだ。更に、外国の政策による輸出規制や検疫制度への対応等、貿易実務対応力も課題となってくるであろう。他国に真似出来ない我が国の農産物が世界中から評価されるようになれば国内の生産者も輸出に対して意欲が増すであろう。国の政策に期待したい。

品目	2012年輸出額	2020年目標額	重点輸出先
米	130	600	香港、シンガポール、豪州、EU
米加工品			米国、インド、ブラジルなど
青果物	80	250	台湾、東南アジア(タイ、インドネシア、ベトナムなど)
牛肉	50	250	米国、EU、香港、シンガポールなど
茶	50	150	米国、EU、シンガポール、香港、台湾、タイなど
花き	83	150	ベトナム、中国、香港、米国、シンガポール
林産物	123	250	中国、香港、シンガポールなど
加工食品	1,300	5,000	EU、ロシア、シンガポール、タイ、ベトナム、インドなど
水産物	1,700	3,500	東アジア、EU、東南アジア、アフリカなど



日本政策金融公庫「平成24年度農業の6次産業化等に関する調査」より

今年は例年になく早い梅雨入りでしたね。なぜ「梅雨」というのかは諸説あり、梅の実が熟す頃だから 霪雨 = ばいう (霪 = カビが生えやすい時期だから) 毎日の様に雨が降るので、毎が入る「梅」の字が当てられた、などがあるそうです。

編集事務局：南部、助川