

■ 受賞者業績

「第31回青森県農業経営研究協会賞」受賞者

若者に魅力ある新しいタイプの野菜生産組織

平成15年に20代から40代の若手・中堅農家5戸でだいこんを中心とした野菜生産組織を結成し、現在会員9人で販売額1億1千万円を達成

輪作と有機物投入による土づくりでの高品質生産、契約を軸とした販売戦略による経営の安定化を基本に、①生産技術と流通情報の組織内外での徹底した共有化、②農協施設・人材の活用によるコストの節減、③農協共販体制の中にあって独自ブランドでの出荷と評価の確立、④意欲ある若者を組織で育成するなど、これからの時代を見据えた新しい野菜生産組織を確立

- 組織名 アグリネット21
- 代表者 代表 長久保 耕治
- 設立年月日 平成15年2月
- 住所 上北郡東北町字長久保



代表 長久保 耕治氏

1 生産組織の発展経過と概要

(1) 価格安定のための共同販売組織の設立

青森県は、ながいも、にんにく、ごぼう、だいこんなど、根菜類を中心とした全国有数の野菜産地である。その中であって、上北地域は、品質、生産量とも県産野菜をリードする一大産地である。東北町の作付面積は、だいこん 615 ha、ながいも 518 ha で市町村別で第 1 位、ごぼう 334 ha、にんじん 231 ha、にんにく 138 ha（農林水産省／市町村別データ長期累年 野菜 平成 16～17 年）で 2～3 位を占めるなど、上北地域の野菜産地の中核になっている。

一方、価格変動の大きな野菜経営にとって、経営の安定化を図っていくためには、産地全体の技術の高位平準化とともに、市場動向や消費者ニーズに対応した販売戦略の構築が、必須の課題である。代表である長久保氏は、親の代の経営は販売先の無いまま作付けを拡大し、当たれば儲かるといったリスクの大きなものであったという。しかし、彼はこれからの農業経営について、まず販売先を確保し、品質向上を図りながら市場評価の定着と価格の安定が重要と考えていた。

このため、長久保氏は平成 15 年に東北町内の仲間 5 人と、だいこんの共同出荷を中心とした「アグリネット 21」を設立した。この組織は、各自が自らの経営をそれぞれで営み、特定の野菜部門を共同販売する形態をとっている。設立当初は、だいこん 1 品目、11 ha の栽培面積と販売額 2,800 万円でスタートした。

日頃、付き合いのあるバイヤーを通じて、首都圏の青果市場やスーパーマーケット等の販売先を確保し、さらに低コスト化のため、だいこんの通いコンテナを導入した。平成 16 年には 1 戸の新加入で 6 戸に、平成 17 年に 2 戸加入し 8 戸、平成 19 年に 1 戸加入し、現在 9 戸の会員（全員専業農家）に拡大された。共同販売部門は、年々拡大し平成 23 年には、だいこん 16.9 ha、キャベツ 4.8 ha、ばれいしょ 2.8 ha など 6 品目に拡大し、28.7 ha となっている。（表 1）

主力となるだいこんの作付け体系は、平成 24 年産について、春だいこん・品種「つや風パワー」を 4 月播種で 6 月収穫、品種「貴誉」及び「夢誉」を 5 月播種で 7 月収穫、夏だいこん・品種「夏つかさ旬」を 6 月播種で 8 月収穫、夏だいこん・品種「夏つかさ」及び秋だいこん・品種「夏の翼」を 7 月播種で 9 月収穫、「献夏 37」を 8 月播種で 10 月収穫となっている。（表 2）

作付面積は、全体の中でだいこんが 16.9 ha（59 %）を占め、キャベツが 4.8 ha（17 %）とこの 2 品目で 76 %を占めている。販売額は、だいこんが 6,716 万円で全体の 58 %、次いでキャベツが 2,144 万円、18 %となっている。（表 3） 野菜経営の安定を図るために、スーパーとの契約栽培を導入しているが、だいこんを再生産するため、1 本当たり 40～50 円の最低価格で契約している。価格暴落時は、これを目安にあまり下がらないようにし、高騰時には、全額ではなく 8 割程度に抑えるなど、農家、スーパーともに柔軟性を持たせた価格設定としている。また、アグリネット 21 は、選別基準を厳しく設定していることから、JA ゆうき青森の平成 23 年度の kg 当たり平均単価が 69 円のところ、76 円と高単価で取引されている。（表 4） このため、販売額は年々増加し、平成 20 年には 1 億円を達成し、23 年には 1 億 1,648 万円となった。

アグリネット 21 は、だいこんなど 6 品目の野菜の共同販売組織であるが、経営自体は個別経営であり、共同販売分を含めた会員全体の野菜作付面積は 89 ha となっており、内ながいもが 20 ha、だいこん 17 ha、にんにく 9 ha などとなっている。〈表 5〉

〈表 1〉 会員の作物別作付面積（平成 23 年度）

作物名	だいこん	キャベツ	ばれいしょ	ながいも	にんにく	たまねぎ	計
面積	16.9ha (58.9%)	4.8ha (16.7%)	2.8ha (9.8%)	2.6ha (9.1%)	1.3ha (4.5%)	0.3ha (1.0%)	28.7ha (100%)



アグリネット 21 会員のみなさん

〈表2〉 アグリネット 21 のだいこん作付け計画（平成 24 年産）

（単位：a、c/s）

月	日	品 種 構 成		月 間 数 量	
4	～ 5	つや風パワー		6 月 出 荷	10,500
	～10				
	～15				
	～20				
	～25				
	～月末				
5	～ 5	貴 誉		7 月 出 荷	27,440
	～10				
	～15				
	～20	夢 誉			
	～25				
	～月末				
6	～ 5	夏つかさ旬		8 月 出 荷	20,025
	～10				
	～15				
	～20				
	～25				
	～月末				
7	～ 5	夏つかさ	夏つかさ快 (試験)	9 月 出 荷	26,250
	～10				
	～15				
	～20	夏の翼	福 誉 (試験)		
	～25				
	～月末				
8	～ 5	献 夏 37		10 月 出 荷	6,875
	～10				
	～15				
	～20				
	～25				
	～月末				
				合 計	91,090
				平成 23 年実績	88,366
				前 年 対 比	103.1%

〈表3〉 アグリネット 21 の農作物等生産・販売状況（平成 23 年）

（単位：a、kg、円）

作物名	作付面積	数量		仕向け内容		
		10a 当たり 収量	総量	販売		
				数量	単位	販売額
だいこん	1,690	5,300	895,700	883,660		
キャベツ	478	6,000	286,800	282,170		
ばれいしょ	280	3,100	86,800	86,770		
種・加工 ながいも	260	1,900	49,400	48,530		
にんにく	130	850	11,050	10,460		
たまねぎ	30	4,500	13,500	12,948		
合計	2,868					

〈表4〉 アグリネット 21 と J A ゆうき青森との価格比較（平成 23・24 年度）

		だいこん				キャベツ		
		秀品率 (%)	単収 (kg/10a)	平均単価 (円/kg)	販売額 (円/10a)	単収 (kg/10a)	単価 (円/kg)	販売額 (円/10a)
平	アグリネット 21	50	5,180			5,940		
23	J A ゆうき青森	56	6,042			4,115		
平	アグリネット 21	48	4,470			5,210		
24	J A ゆうき青森	53	4,179			4,876		

〈表5〉 会員の個別経営を含めた作物別栽培面積（平成 23 年度）

作物名	ながいも	だいこん	にんにく	キャベツ	ばれいしょ	その他	計
面積	20ha (23%)	17ha (19%)	9ha (10%)	5ha (6%)	3ha (3%)	35ha (39%)	89ha (100%)

2 新しいタイプの野菜生産組織としての特徴

(1) 組織内及び地域での技術・販売情報の徹底した共有化

一般的に、新しい技術や販売の情報を手にした場合、その先行利益を得るために、情報を隔離しオープンにはしたくない。しかし、長久保代表はじめ会員たちは、「地域の中に私たちの応援者を増やしたい。地域全体のレベルアップがあってこそ、我々の活動も生きてくる。」との信念で、組織内はもちろんのこと、農協内や地域の生産集団や若者グループと情報の共有化を進めている。

5人の仲間がまず第一に取り組んだのは、各自の持っている生産技術をオープンにし、全員が同じレベルに高位平準化することである。このことによって、だいこんの高品質化を達成することであった。このため、だいこんの栽培期間である5月から10月までは、毎週1回全員が集まり、品種の選定から播種計画、生育状況の報告、収穫から販売計画、市場や販売の情報を持ち寄り、全員で対処方針を決定している。また、病害虫の発生時など、必要に応じて会員の圃場での検討会を開催している。

11月から4月までは、週2回の定例会を開催し、主に次年度の栽培・販売計画の検討を行っている。また、会員の定例会の他に奥さんや子ども達との納会で、例えば北海道旅行、視察旅行、新年の集いなど、家族への感謝を大事にしている。このための経費は、134万円計上している。
〈表6〉

また、後継者の会の滝沢平野野菜出荷組合、まいるど大根出荷組合、レイクグリーンなど他の生産団体とも情報交換や合同勉強会を行っており、農協管内全体の技術レベルの底上げを図っている。



目揃え会



圃場巡回

〈表6〉 アグリネット 21 収支決算書（平成 23 年度）

平成 23 年度収支決算書
 （平成 23 年 1 月 1 日～平成 23 年 12 月 31 日）

①収入の部

（単位：円）

項 目	予 算 額	決 算 額	摘 要
前年度繰越金			
年会費（販売）			
年会費（購買）			
組合積立金			
会費			
研修負担金			
共同農機具			
雑収入			
合 計			

②支出の部

（単位：円）

項 目	予 算 額	決 算 額	摘 要
会議費			
販売対策費			
生産対策費			
研修費			
共同農機具			
賃借料			
雑費			
合 計			



毎週一度の定例会

(2) 施設・人材など農協の活用によるコストの節減と共販体制の中で独自ブランドの確立

アグリネット 21 のモットーは、高品質で新鮮なだいこんである。このため、早朝 2～3 時頃からトラクターのライトを点灯しての収穫、4～5 時にかけて洗浄・選別し、11 時まで農協に持ち込んでいる。その後、夕方までトラックで首都圏に搬送し、翌日には、スーパーの店頭で新鮮なだいこんが並ぶ。通常のだいこんが店頭で並ぶには、2～3 日を要するという。このように多大な努力の末に生産されただいこんは、他の生産者のだいこんと区別し、アグリネット 21 のブランドで出荷されるため、独自の評価が定着し、安定した価格で取り引きされている。このため、共販体制の中にあっても、自らのブランドが確立されており、会員の努力が報われる仕組みとなっている。

だいこんの秀品率を同農協の他の生産者と比較すると、JA ゆうき青森の 56 % に対し、アグリネット 21 では 50 % と低くなっている。一見するとアグリネット 21 の生産物の品質が劣るように見えるが、これはアグリネット 21 が自主選別で「秀品かどうか迷ったら 1 ランク下げる」ことを基本に、厳しく選果していることによるものである。そのため、優品に至ってもその品質は高いことから、秀品、優品とも高価格で販売され、その単価は、JA ゆうき青森の平均単価 69 円/kg に対し、アグリネット 21 は 76 円/kg (平成 23 年) と約 10 % も高く、前年も同様の傾向を示している。〈表 4〉

通常、農協の共販体制の中では、技術レベルの高い生産者の高品質産物も他の産物と一緒に販売されることから、低い品質に引きずられ自らの評価が高まらない傾向がある。このため、高レベルの生産集団は、農協を離れ独自の販売路線を辿ることとなる。この点、JA ゆうき青森は、アグリネット 21 のだいこんの独自ブランドでの販売を認め、支援している。また、共同組織育成費として、売り上げの 1 % (販売額 1 億円以上の場合) から 0.3 % (5,000 万円以下) の販売奨励金を交付している。JA ゆうき青森の経営方針が生産者の意欲を引き出し、生産者の信頼が農協への密着度を強めている。冷蔵庫や輸送トラック、施設や販売金の集計・精算など経理面での人的な支援は、農協を活用することで施設整備や人の雇用など、生産組織としての経費を省くことができる。農協と高度な生産技術集団との関係について、示唆するところが多い。

(3) 意欲ある若者の積極的な加入促進と育成

生産者の高齢化が進展する中であって、魅力ある農業経営を実践しながら、後継者の育成を図るという設立当初の理念に基づき、地域の意欲ある若者へ積極的に加入を進めている。結成されて 4 年目に 20 代で加入した乙部伸征氏は語る。「加入前、アグリネット 21 は自分にとってレベルの高い憧れの存在。農協の選果場に並んだだいこんを見て、他と違う品質に驚いた。これまでの作ってから売るという不安定な経営から、作る前に販売先を確保するという考え方、これからの農業はこうあるべきと思い、父からだいこん部門を引き継ぎ、加入した。これで成果を挙げたことから 2 年後に、父から経営全体の委譲を受けた。父は、技術レベルの向上とだいこん経営の成果を評価してくれた。」と、胸を張る。

また、アグリネット 21 に入り、分からないことを恥ずかしがらずにオープンに聞けることが大変良かったという。「そんなことも分からないのか。」と、一蹴されることが多い中、質問を丁寧に受け止めてくれたことが、嬉しかったという。このことにも、アグリネット 21 の「人を育てる」姿勢が見てとれる。代表の長久保氏は、当初の 5 人からさらに会員を拡大する理由として、これからの農業を考えたとき、賛同する人が多いことによってロットも増え有利販売につながることを挙げている。東北町の将来のため、若い人の多い地域農業であって欲しいことから、これまで意欲的な若者を組織に迎え入れている。

加入した若者には、だいこん、キャベツ、ばれいしょの各部門の担当役員または副担当に配置し、販売実務などを通じて、実践的に育成している。現在の構成員は、50 代 2 名、40 代 4 名、30 代 3 名、平均年齢が 42 歳と、まさに働き盛りである。平成 24 年には、1 名が準会員として参加しており、今後正式会員となる予定である。さらに、アグリネット 21 の活動趣旨として、賛同する農業者がいれば増員していくという。

アグリネット 21 のメンバーは、農業経営士 2 名、青年農業士 3 名が認定されており、後継者の育成にも力を注いでいる。組織内のみならず、農協青年部や 4H クラブなど、地域の農業青年との交流や指導にも努めている。また、町内の小学生を対象に、「朝ごはん」のタイトルで俳句を募集し、表彰するなど「食育活動」にも取り組んでいる。

3 輪作体系と耕畜連携を基本とした土づくりと高品質生産

持続的な野菜生産に不可欠なのは、輪作体系の導入である。このためここでは、だいこんを中心にキャベツ、ばれいしょ、ながいも、にんにくを作付けし、この間に、ソルゴーやヘイオーツ（エンバク）など、緑肥作物のすき込みも組み合わせている。しかし、アブラナ科のだいこんとキャベツの作付面積が、全体の 76 % を占めることから、さらなる輪作作物としてたまねぎの導入を図っている。

土壌分析は、J A ゆうき青森に併設している土壌診断室で圃場毎に行い、不足している成分を投入している。また、J A ゆうき青森の営業エリア内に、J A 倉内地区酪農があることから、酪農家から糞尿を農協の堆肥盤に搬入し、発酵温度 80 度、60 度、40 度の 3 段階切り替えの発酵システムで堆肥を生産し、農家に供給している。代表の長久保氏は、この J A 堆肥と併せて、近隣の酪農、肉牛農家に稲わらを提供し、代わりに堆肥の提供を受けるといった耕畜連携による堆肥づくりを行い、10 a 当たり 2~3 t の堆肥を投入し、土づくりを行っている。

4 経営の概要 一部門共同と個別経営の組み合わせ一

(1) アグリネット 21 一野菜 6 部門の栽培協定と共同販売一

アグリネット 21 の基本的な経営形態は、共同販売と個別経営の組み合わせである。共同販売面積は、主力のだいこんが 16.9 ha、キャベツ 4.8 ha、ばれいしょ 2.8 ha、ながいも 2.6 ha、にんにく 1.3 ha、たまねぎ 0.3 ha の合計 28.7 ha である。当面、栽培面積の増加よりも品質の向上に重点を置いている。

平成 23 年度のだいこんの収穫量は 896 t、その販売額は 6,716 万円で 58 %を占めており、これに続くのがキャベツで 4.8 ha、2,144 万円で 18 %、この 2 作目で全体の 76 %と太宗をなしている。また、だいこんは通いコンテナで首都圏に運搬し、ダンボール経費の節減を図りコスト削減に取り組んでいる。

アグリネット 21 の所有する農業機械及びその共同利用面積は、ブームスプレーヤーが 2 台で 5 ha、たまねぎ定植機 1 台 30 a、キャベツ定植機 1 台 4.8 ha である。このほか、だいこんの洗浄機やトラクターなどの農業機械は、会員の自己所有である。アグリネット 21 の収入は、農協からの販売奨励金が 141 万円、購買奨励金 28 万円、積立金（1 ケース 10 円）132 万円、年会費 19 万円、研修負担金 24 万円、共同農機具費（キャベツ定植機械代）121 万円など、総計 597 万円となっている。

最も大きな支出は、毎週開催する全体会議費の 134 万円で、食事・飲食つきでの情報交流、次いで研修費の 115 万と、この 2 項目で支出合計 476 万円の 52 %を占めている。これは、会員相互の意思疎通を図るとともに、奥さんを含めた家族への感謝のための研修旅行に要する経費も含めている。

(2) 個別経営の概要

アグリネット 21 は、野菜の 6 部門の共同販売・個別精算のため、会員 5 人の個々の経営収支を分析する。この中で最も所得が多いのは D 氏で、粗収益 4,691 万円、経営費 3,283 万円、所得が 1,408 万円である。この中で最も大きな割合を占めるのが出荷経費の 1,388 万円で全体の 42.3 %となっている。一方主な現物コストは肥料費 421 万円で 12.8 %、種苗費 233 万円、7.1 %、農薬費 222 万円 6.8 %であり、合計 875 万円で経費の 26.7 %を占めている。〈表 7〉 D 氏の経営面積は 9.8 ha で、その内だいこん 2.7 ha、キャベツ 0.6 ha、計 2.6 ha、約 3 割をアグリネット 21 に、その他、にんにく 1.3 ha、ながいも 2.5 ha は、農協を通じての出荷である。

また、会員 5 人の平均では、粗収益が 4,818 万円、経営費が 3,909 万円、所得が 909 万円となっている。全国の露地野菜経営では、粗収益 493 万円、経営費 317 万円、所得が 177 万円（平成 23 年度農水省農業経営統計調査）であり、この所得との比較で 5.1 倍あり、全国レベルでもかなり高い水準に位置している。また、青森県の野菜以外も含めた農業所得は 110 万円（平成 20 年度農水省経営形態別経営統計）で、これと比較しても 8.3 倍と相当に高い水準にある。

露地野菜栽培は、播種や農薬散布、収穫などの管理作業を、遅れず適期に実施することが基本であり、作業のずれが病虫害の多発や品質低下をもたらし、ひいては収入減に直結する。

このため、スムーズな管理作業を保証するためには、トラクターやブームスプレー、収穫機など農業機械は不可欠である。しかし、農業機械は高価であることから、JAゆうき青森の「農業機械銀行」を活用することとし、ながいも掘り取り用のバックホーと、堆肥散布用のマニュアルスプレッターを利用している。また、農業機械の故障に備え部品を予め調達しておき、できる限り自分で修理し、できない場合のみメーカーに依頼している。農業機械の修繕費が多い会員で年間270万円、5人の平均で185万円要しており、今後機械のメンテナンスの徹底による故障の減少と修繕費の節減が重要となる。〈表7〉

〈表7〉 主な構成員の経営収支（平成23年）

（単位：千円）

		A氏	B氏	C氏	D氏	E氏
粗 収 益		49,082	56,670	26,074	46,910	62,189
経 営 費	租税公課	858	713	93	565	799
	種苗費	2,169	5,447	1,961	2,331	4,561
	肥料費	6,501	6,119	1,251	4,207	6,449
	農薬費	5,342	4,399	1,746	2,224	3,626
	修繕費	2,566	1,717	973	1,302	2,709
	動力光熱費	2,632	1,471	712	839	2,031
	減価償却費	6,823	3,372	2,781	1,855	5,051
	出荷経費	9,676	14,274	7,883	13,878	9,629
	雇用労働費	4,683	3,068	543	1,977	4,709
	賃借料	875	1,917	646	864	3,492
	その他経費	3,955	5,312	1,897	2,787	5,200
	合 計	46,080	47,808	20,486	32,828	48,257
所 得		3,002	8,862	5,588	14,081	13,931

5 今後の展望と課題

(1) 若者を中心とした会員の拡大と安定した販路の確保

アグリネット 21 は、地域の高齢化が進展する中であって、東北町の農業の活性化を図っていくために、今後とも意欲的な若者を中心に会員を拡大し、活動の趣旨を地域全体に広めていきたいとしている。現在 1 名の若者を準会員として登録しており、今後正式な会員として迎え入れ、組織内での人材育成を図る。また、今後の会員拡大に伴い、高品質な野菜の量的拡大を図るとともに、契約生産を主体とした販売先の確保が課題となる。

(2) 輪作体系の確立による野菜経営の安定

現在、だいこんを軸にばれいしょ、緑肥作物等の組み合わせで輪作を実施しているが、だいこんと同じアブラナ科のキャベツとで全体の 76 % を占めており、今後有力な輪作作物の導入が急がれる。このため、現在、たまねぎを試作し、輪作作物に加えることとしているが、栽培技術とともに販路の確保に努めながら、輪作体系の確立が必要である。

(3) メンテナンスの徹底による農業機械の長期利用

現在、J A ゆうき青森の農業機械銀行を活用して、機械費の節減を図っているが、さらに自己保有機械の故障を少なくし、かつ耐用年数を長くすることが、コスト低減に役立つ。簡単な故障は自分で修理しているものの、会員の平均で年間かなりの修繕費を支払っており、これをさらに縮減する必要がある。現在は、農業機械に詳しい近辺の農家から手ほどきを受けながら、必要最小限の技術を修得している。今後は、若い会員を中心に、メーカーの修理工場等で技術研修するなど機械修理の技術力を高め、修得した技術でもって冬期間メンテナンスを徹底し、農業機械の耐用年数の延長、そしてコスト低減に結びつける努力が求められる。

(4) 家族の健康管理の徹底による持続的な野菜経営の確立

鮮度の高いだいこんを出荷するため、早朝 2～3 時からの収穫作業、引き続き洗浄・選別・農協への搬入といった労働が続くため、本人や家族の健康管理が大切である。現在は、働けばそれが経営収入に反映されることや、年齢も全体的に若いことから早朝労働が続いても苦痛になっていない。しかし、今後年齢が進むに従って、健康問題が生じてくると思われる。このため、早朝収穫するだいこんの個々の作付けを少なくし、会員拡大によって全体の出荷量を維持するとか、たまねぎなど他の作物を増やすなど、健康にも配慮した経営の組み立てに配慮し、将来とも安定し、かつ持続的な野菜経営の確立を期待したい。

若者を中心とした高品質野菜の生産組織づくりと共販体制の中での独自ブランドの確立など新しいタイプの農業経営モデルの実践

青森県農業経営研究協会賞選考委員

委員長 渋谷 長生

副委員長 中川 一徹

全国でも有数の野菜産地の中にあつて、従来の「作ってから売る」意識から、「販売先を確保してから作付けする」経営安定を基本とした考え方を、実践するために平成15年に、当時20歳から30歳の東北町の若者が、アグリネット21を設立した。当初は、5人でだいこん11ha、販売額2,800万円スタートし、その後、成長を続け平成23年には、9人で28.7ha、1億1,648万円の販売額を達成した。このアグリネット21は、これまでの野菜生産組織にはあまりみられない、次のような新しい特徴を示している。

1 組織内のみならず地域での情報の共有化の徹底

会員の生産技術の高位平準化のために、毎週1回定例会を開催し、そこで栽培や販売情報を持ち寄り、全員で情報の共有化を徹底し、レベルアップに努めてきた。一般的には、新しい技術や販売方法などに関して、先行利益を得るために、情報を外に出さない傾向が強い。しかし、この組織は、地域全体のレベル向上によって、自らの存在も有りうるとの信念を持っている。この考え方から、入手した情報は、会員のみならず他の野菜生産集団や農協の部会にも提供し、地域全体の野菜生産の向上に貢献してきた。

2 農協の共販体制の中での独自ブランドを確立

通常、技術レベルの高い生産集団は、農協共販の中で自らの産物の評価が得られないということで、農協離れを起こしやすい。しかし、JAゆうき青森は、共販体制の中にあつてもアグリネット21が独自のブランドで出荷すること、そしてその精算を農協で行うなど、支援体制をとっている。このことによって、アグリネット21は早朝2~3時の朝獲りだいこんの新鮮さを、前面に出したPR・販売が可能となり、それに適応した価格評価が得られている。また、アグリネット21は、農協施設や販売代金の徴収・精算といった農協機能をフルに活用し、自らの設備投資や事務員の雇用を避けて、経費の膨張を抑えている。このように生産集団と農協との係わりの在り方にも、重要な示唆を与えている。

3 地域農業の将来のために意欲ある若者を農業者自らが育成

これまでの経営の発想を転換し、新しい考え方に基づいた経営方向を、農業者自らが打ち立てようとするとする意欲が、アグリネット 21 の全会員に浸透している。若い人が主役となる地域農業を築くために、組織に意欲ある若者の加入を勧めるとともに、農協青年部や 4H クラブ会員にも呼びかけ、自らの圃場での技術研修会や話し合いの場を設けている。

また、地域の小学校と連携し、「朝ごはん」を題材に俳句を募集するなど、食育にも取り組んでいる。このような指導を実践するために、アグリネット 21 は、組織内に農業経営士 2 名、青年農業士 3 名、合計 5 名の農業指導者を、僅か 9 名のメンバーの中から、輩出しているのは驚きに値する。この組織は、農業者自らの責務として地域の将来を見据えて、次世代の農業担い手の育成に大きく貢献していることは、高く評価される。

また、野菜生産には不可欠なのが、輪作と有機物投入による土づくりである。アグリネット 21 は、だいこんを軸にばれいしょ、ながいも、緑肥作物、さらに新作目にたまねぎを試作するなど、輪作の確立に取り組んでいる。また、農協合併に伴い、JA ゆうき青森には酪農協など畜産部門が加わったことから、この好条件を活用した農協の生産した堆肥、近辺の肉牛・酪農農家との耕畜連携による堆肥を活用した土づくりを実践している。

経営の面では、アグリネット 21 は、だいこん、キャベツなどの野菜 6 部門の共同販売組織であり、経営そのものは個々で行っている。経営収支の出されている 5 戸で最も多い農家の所得は 1,408 万円で、5 戸の平均では 909 万円である。これは、全国の露地野菜農家の平均所得 177 万円の 5.1 倍と、全国レベルでもかなり高い位置にある。また、青森県の野菜以外も含めた農業所得 110 万円の 8.3 倍と、これもかなり高い水準にある。

以上のように、アグリネット 21 はこれまでにない新しい発想に基づき、若者に魅力ある組織運営と経営の考え方によって、生産、販売面で大きな成果を挙げている。今後、青森県農業のモデルとして、特に若い人々にとって大いに参考となる、実践事例として高く評価される。