

# 輸入ネギ圧力で発展した 銘柄野菜産地

## JA 岩井 園芸部会（茨城県坂東市）

茨城県西地区は首都圏市場への野菜の巨大供給基地である。利根川の水、広大な平野、東京まで50kmの近さという地勢学上の有利さがある。その地で、坂東市岩井地区は県内屈指の野菜産地として発展している。しかし、高所得農業の実現は地勢学上の有利性だけではなく、逆転の発想で夏ネギの前進栽培に成功したことが大きい。

農家に顔を向けた農協である。発展した野菜産地で、「JA」がどのような役割を果たして存在しているか実情を明らかにしたい。



叶 芳和  
評論家

中国からの輸入ネギ危機（2000年）で強くなった。首都圏近郊という地勢学上の有利性だけではなく、JA岩井は夏ネギの前進栽培でイノベーションを起こし、茨城県を全国有数のネギ産地に発展させた。夏ネギは独占的地位にあり、輸入ネギとの競争も制した。

ちなみに、ネギの生産額は1555億円（全国15年）、野菜類ではトマト、イチゴに次ぐ第3位で、栄養価も高く、食生活、健康維持の観点からも重要な野菜品目の一つである。

### ① 夏ネギの銘柄野菜産地

埼玉県の「深谷ねぎ」は全国的なネギのブランドとして有名だ。また、ネギ生産全国1位は千葉県である。しかし、図1に見るように、近年は茨城県が先発両県に猛迫している。後述するように、これは坂東市岩井地区の「夏ネギ」の発展の成果である。近年、茨城県の農業は地力を発揮し、全般的に地位向上しているが、ネギはその象徴的な動きだ。

ネギ生産のランキングは、出荷量では1位千葉5万9000t、2位埼玉4万9100t、3位茨城4万800tである。この上位3県で全国の約4割を占める。産出額でも1位千葉209億円、2位埼玉187億円、3位茨城156億円である

（15年）。トップ2県に急迫する茨城県のネギの主産地は坂東市岩井地区（旧岩井市）である。

表1は、季節別、県別のネギ生産量の比較である。埼玉や千葉は秋冬ネギの主産地であるが、夏ネギは茨城県が圧倒している。夏ネギは埼玉4850t、千葉6420tに対し、茨城1万3400tと多い。この茨城の夏ネギを支えているのが岩井地区である。

坂東市岩井地区は、関東平野のほぼ中央、茨城県の南西部に位置し、東京から50km圏内にある。南側に利根川が流れ、地形はおおむね平坦で畑地が広がっている。気温も比較的温暖で、野菜作りに適した地域である。大消費地東京に近いという好条件のもと、ネギやレタスは全国トップクラスの生産量を誇る野菜産地である。

古くは麦を中心に、コンニャク、葉タバコ、茶を作っていたが、1958年（昭和33年）に利根川に橋が開通し（芽吹大橋）、東京市場とつながり、露地野菜が加わった（それまでは東京市場と分断され販売先がなかった）。60年代後半にはトマト、ハクサイ、レタス、ネギ等が主要品目として定着し、都市近郊型農業としての発展が始まった。89年に畑地の基盤整備が終わり、野菜産地の発展が

第4回 **輸入ネギ圧力で発展した銘柄野菜産地**  
JA岩井 園芸部会（茨城県坂東市）

加速した。  
現在、典型的な農家は夏ネギとレタスの輪作である。経営規模は2ha、粗収入2000万円である。JA岩井の青果物販売額は91億円（2016年）に達するが、ネギ41億円、レタス37億円、両者で86%を占める（リーフ系レタスを含めると93%）。ネギは「茨城県青果物銘柄産地」の指定を受け（1984年）、県内のネギ生産シェア約25%を占める主産地となっている。レタスも91年に銘柄産地指定。

② **輸入ネギ危機で強くなる**

後発地域でありながら、夏ネギの一大産地になれたのは何故か。夏ネ

ギの「前進栽培」に成功したことが要因だ。5月（端境期）に軟らかい長ネギを供給するのは難しい。ネギは花が咲く（ネギ坊主が出る）と芯が固くなり美味しくなく、5月にはネギ坊主が出るからだ。岩井地区の成功はこの時期に軟らかい長ネギを出せるようになったことだ。  
2000年（平成12年）に、ネギ業界は危機に直面した。中国からの輸入ネギ問題だ（わが国貿易史上、初めてセーフガード〔緊急輸入制限措置〕発動の大騒ぎ）。同年5月24日、関東北部はひょう被害が発生し、大凶作になった。通常、不作の年は供給不足で価格が上昇するが、このときは中国からの輸入ネギが増え、価

格も下がった。岩井地区も大打撃を受け、輸入ネギ対策に取り組んだ。新品種の導入が始まった。従来、夏ネギは「長悦」品種を栽培していたが、長悦はネギ坊主が出やすく、また分けつが発生しやすい。そこで、岩井地区は01年からサカタのタネが開発した「春扇」を導入した。「早出し」ができるため、国内の端境期に出荷でき、高単価が見込めた。中国産を使いたくない高級志向の顧客への販売を狙った。  
長悦を超える品質を目指して、農業改良普及所の協力を得て、ネギ坊主を出さない栽培技術を研究し、マルチ（ビニール被覆）栽培にした。マルチを敷き、そして定植、トンネル、ビニール剥がしという結構面倒な労働であるが、岩井はレタスでマルチ栽培をやっていたので、容易にマルチが普及した。その結果、早い時期に、太いネギを出荷できるようになった。これは業務筋からの要望でもあった。  
ほかの産地は「早く、太く」がでなかつた。深谷ねぎ産地は冬ネギしか興味がなかつた。千葉は暖かい

ので、「マルチ」「トンネル」という発想がない。県内他産地も、作業労働が大変なので、マルチをやらなかつた。長ネギは4月中旬から5月にかけては、岩井地区の独占である。岩井地区はレタスとネギの輪作であることも功を奏した。ネギは前年10月播種、5〜9月収穫の作型であり、秋レタスは8月播種、10月収穫である。秋レタスを播種するため、夏ネギの前進栽培が求められ、これをマルチが可能にしたのである。  
相場のインセンティブも大きかつた。長ネギの価格は、11〜1月に比べると、4〜5月は1・5倍位の高値になる。5月中旬に向け高値になるが、1〜2週間収穫可能時期を前進できれば、生産者の利益は大きくなる。輸入ネギ危機への対策、さらに、レタスとの輪作であることから、夏ネギの作付けを前進させた成果だ。ネギ坊主という厄介者をマルチ導入で克服したのが功を奏した。逆転した訳だ。  
輸入ネギ危機がきっかけで、岩井のネギは発展した。表2に見るように、輸入危機前よりも販売高は増えた。また、全国と比較しても、日本の野菜消費は減少傾向にありネギも然りであるが（02〜15年4・7%減）、岩井のネギ出荷量は減っていない。金額ベースでは、「春扇」が定着し

図1 茨城・埼玉・千葉のネギ出荷量

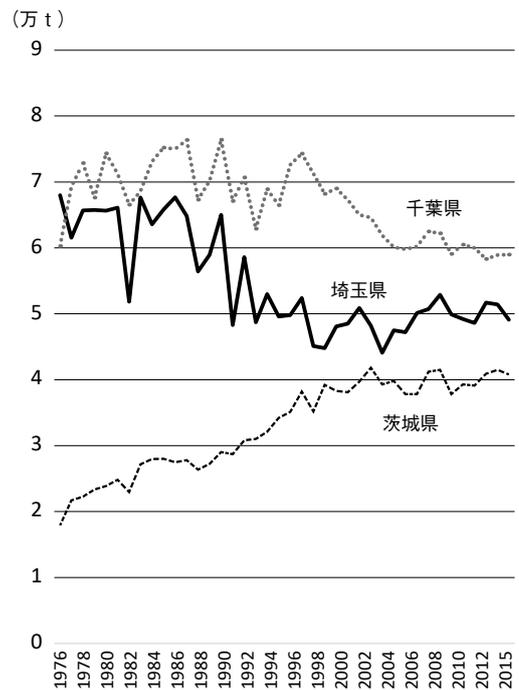


表1 ネギの季節別・県別出荷量（2015年）（単位：トン）

	春ネギ	夏ネギ	秋冬ネギ	計
埼玉県	5,310	4,850	38,900	49,100
茨城県	13,200	13,400	14,200	40,800
千葉県	20,100	6,420	32,500	59,000
全国	73,000	79,300	230,100	383,100

（出所）農水省「作物統計」

格も下がった。岩井地区も大打撃を受け、輸入ネギ対策に取り組んだ。新品種の導入が始まった。従来、夏ネギは「長悦」品種を栽培していたが、長悦はネギ坊主が出やすく、また分けつが発生しやすい。そこで、岩井地区は01年からサカタのタネが開発した「春扇」を導入した。「早出し」ができるため、国内の端境期に出荷でき、高単価が見込めた。中国産を使いたくない高級志向の顧客への販売を狙った。  
長悦を超える品質を目指して、農業改良普及所の協力を得て、ネギ坊主を出さない栽培技術を研究し、マルチ（ビニール被覆）栽培にした。マルチを敷き、そして定植、トンネル、ビニール剥がしという結構面倒な労働であるが、岩井はレタスでマルチ栽培をやっていたので、容易にマルチが普及した。その結果、早い時期に、太いネギを出荷できるようになった。これは業務筋からの要望でもあった。  
ほかの産地は「早く、太く」がでなかつた。深谷ねぎ産地は冬ネギしか興味がなかつた。千葉は暖かい

表2 JA岩井のネギ類出荷の推移

年度	千ケース	百万円
1998	1,706	2,800
1999	1,797	2,676
*2000	1,363	1,839
2001	1,665	2,637
2002	1,853	2,644
2003	1,942	2,435
2004	1,892	2,543
2005	1,887	2,388
2006	1,766	2,493
2007	1,916	2,609
2008	1,942	3,104
2009	1,993	3,306
2010	1,741	2,985
2011	1,919	2,652
2012	1,890	2,566
2013	1,793	2,963
2014	1,889	2,902
2015	1,859	3,566
2016	1,998	4,125

(出所) JA岩井調べ。2000年は降雹被害・輸入急増。  
(注) JA岩井園芸部会の販売高であり(現状の共販率7割)、岩井地区全体の販売規模及び伸び率はもっと大きい。

た02年基準の15年の増加率は全国15%増に対し、岩井ネギは35%増である。

岩井は、自由化で強くなった農業の一つであろう。農業界は古くは「さくらんぼ」の自由化問題で騒いだ(1977年)。自由化すると、アメリカン・チェリーの輸入が増えて、山形のサクランボは壊滅すると言われた。しかし、山形サクランボは今も健在である。自由化対策から「佐藤錦」への転換が進み、美味しくなり、生産額も増えた(拙稿「佐藤錦とつや姫に学ぼう」山形新聞2015年6月18日付け7頁、「直言」参照)。また、バナナの自由化でリンゴが壊滅すると騒がれたが、リンゴは品種改良で一段と美味しくなって、今も健在だ。むしろ、輸出産業になっていく。オレンジ自由化でミカンも美

味しくなった。自由化の風が吹いて良くなった産地は多い。

(参考) 拙著「日本よ農業国家たれ」東洋経済新報社1984年、第5章「日本農業は自由化で発展するーオレンジ問題の考え方」参照。

### ③ 12規格、価格差3倍

平等主義の農協陣営にあって、農家および地域農業の発展を期すには、「公平」の観点から、いかに「格差」を付けるかがポイントである。働いても働かなくても「平等」(悪平等)では、地域は衰退する。努力が報われる仕組みが大切だ。

JA岩井の場合、出荷野菜の規格は12等級に分かれ、それぞれ価格が異なる(表3参照)。最上がA2L(Aは秀)、最下位はBあるいは規格外である。16年初夏の場合、夏ネギの最上位A2Lの価格は1本70円、最

表3 初夏ネギの販売価格と出荷数量(等級別)

	価格 (1ケース) (5月下旬、円)	1本当たり 価格 (同左、円)	数量比率 (5~7月、%)
A2L	2,103	70	19.8
AL	2,305	64	25.4
AM	2,783	62	16.2
AS	2,383	43	5.2
A2S	2,109	38	1.6
○	2,025		1.8
2L	1,922	64	4.4
L	2,111	59	7.0
M	2,563	57	5.6
S	2,166	39	1.9
2S	1,890	34	0.6
B	1,667	(30)	9.1
外	1,447	(26)	1.3
平均単価	2,233		100.0

(出所) JA岩井調べ。2016年(平成28年)実績。  
(注1) 2016年は市況の良い年である。2014年6月1,635円、2015年6月2,024円、2016年6月2,186円。  
(注2) 中国北京市の高級食品スーパーのネギ価格9.0元(145円)/kg、(3本84円)。5月6日現在。

下位Bは30円である(16年5月下旬)。16年は市況が良い年で、通常は1ケースの価格はトップ2500円、レギュラー1800円、下1000円、一番安いもの800~600円で、価格差は3倍ある。ただし、この規格では「野菜名人」の野菜は別扱いになっている。野菜名人の出荷価格はレギュラー品に比べ1ケース+150円+200円である。約1割高い。

### 〈野菜名人の創設〉

この価格差こそ、品質の「高位平準化」への効果的な仕組みである。自分の商品が1000円になるか、2000円になるかで、農家経営は

大きく違う。誰しも、収入増加を目指し、上位規格になるよう栽培管理に努力する。つまり、利潤動機が品質の高位平準化を導くのである。16年度(5~7月)の場合、上位4基準(2LとL)に56%が集中している(2L24%、L32%)。

JA岩井は、品質向上、高付加価値の推進として、「野菜名人」制度を作っている(1994年創設)。園芸部会の中から、高い意識を持ち、研究心と努力の大きい農家を「野菜名人」と認定している。野菜名人は、土づくりからこだわり、高品質野菜の生産を義務付けられ、栽培管理はJAの規定通りに行ない(減化学肥料)、また、肥料・農薬はJAが指

第4回 輸入ネギ圧力で発展した銘柄野菜産地  
JA岩井 園芸部会（茨城県坂東市）

定したものを使わなければならぬ。肥料はネギの場合、高品質有機50%以上を含むもの、レタスは80%以上のものを義務付けられている（レギュラー品もネギ50%、レタス70%）。

野菜名人は早出しネギしかやらない。皆ができないことをやる。それをプライドにしている。また、有機肥料であり、名人のネギは甘みがある。高品質化に取り組んでいることが評価され、野菜名人の野菜はブランド品扱いで、差別化商品として出荷されている。価格はレギュラー品より約1割高い。ただし、この1割程度の価格差はあまりインセンティブにはなっていない（そもそもコストも高いので）。むしろ、早出しで高値を得ている。その苦勞への対価としての高値である。園芸部会の中で、野菜名人は減ってきている。ピーク時50名が、現在は25名である。

野菜名人制度の創設者である藤井俊夫氏（長須地区）によると、「面倒。その割には価格差も大きくない」「自分たちはプライドでやっている。若い人は名人になりたがらない」。

地域の発展を考えたとき、こうしたチャンピオン制度は重要な仕組みである。せっかくのブランド化への制度工夫であるから、名人制度をもっと生かせないものであろうか。

販売価格をもっと上げ、レギュラー品との価格差を大きくできないか。市場の制約で困難であれば、肥料価格を下げて利益が出るようにしてはどうか。そうなれば、名人認定希望者が増えるであろう。野菜名人が増え、最高品質野菜の出荷が増えれば、販売額が増え、販売手数料も増える。肥料を値下げしてもJA購買事業の損失はある程度相殺できるのではないか。

ここは戦略的発想が必要と思われる。「縛り」だけではダメ。若い人に興味を持たれるようにするには、自由な創意工夫ができる余地を大きくし、「儲かる農業」にすることだ。なお、JA岩井はGAPチェックリスト（農業生産工程管理簿）による安全な野菜づくりのための作業確認を行なっている。ただし、GAP認定を取得しているわけではない。

④ 農家に顔を向けた農協  
— 高い共販率、  
低い系統利用率 —

JA岩井は、系統利用率は県内他JAと比較して低い。平成27事業年度「茨城県農業協同組合の現況」（茨城県農協中央会編）によると、JA岩井の系統利用率は肥料92%（県平均96%）、農薬67%（県79%）、農機87%（県91%）、包装資材48%（県

79%）、種苗36%（県71%）、購買事業合計69%（県78%）であり、他のJAよりわずかではあるが低い。その点について聞くと、「農家のためだから、資材は安いところから仕入れる」「商系業者と競争させて、業者が安ければそこから買う」「チクタク言われることもあるが、経済連もそれなりの価格にしてくれる」（JA岩井改革推進室長内田芳美氏）。農家に顔を向けた農協である。農家の利益を優先している点、JA岩井は「良い農協」だ。

流通業者やメーカーも、JA岩井への売り込みにしのぎを削っている。岩井地区はブランド野菜の産地だから、「岩井で使ってくれている」ということになれば、どの産地でもその資材を使いたがる。種苗メーカーも肥料メーカーも、「岩井御用達」をセールスストークに使える。「岩井ブランド」が発生しているのである。

「農家段階」の系統利用率（農家が農業資材をJA経由で購入する割合）は、約4割という。農家は資材の6割は商系の業者から買っているわけだ。農家もJAの購買事業に縛られず、商系が安ければ、そこから買っている。

販売事業面では、「共販率」は7割である。高い。園芸部会423名

（2016年度）のうち、共販7割、個人出荷3割である。出荷数量ベースでも共販率は7割と推定されている（JA岩井推定）。レタスの共販率も7割である。

3割は農協を利用していない。JAの販売事業能力を高め、もっと高値で市場に売ることができれば、農協園芸部会への参加率、共販率はもっと高まる。この点はJAの課題である。ちなみに、JA岩井は38市場と取引している。かなり多い。営業努力は高いといえよう。

JA岩井の野菜予冷センター（鶴戸428番地）の近くに、株式会社岩井中央青果（1963年設立）という産地市場がある（同じ鶴戸465番地）。JA岩井管内の農家も、規模拡大し法人化した農家はここに出荷しているようだ。岩井地区のネギの3割はここに持ち込まれ



岩井夏ネギの圃場（藤井俊夫氏圃場）

第4回 輸入ネギ圧力で発展した銘柄野菜産地 JA岩井 園芸部会（茨城県坂東市）

る。岩井地区の農家だけではなく、遠く結城市、八千代町、境町、千葉県野田市からもハクサイなどを集荷している。2016年度の青果物取扱いは84億円と、JA岩井と互角に競っている（JA岩井は91億円）。価格相場の比較は難しいが、上物はJAの共販価格よりも、(株)岩井中央青果のほうが高いようだ。例えば、上物はJA岩井の共販価格が2000円のと、このセリでは2500円になる。

JA岩井の目と鼻の先に（距離200m位）、販売事業の競争相手となる産地市場がある。JAの販売能力が弱体化すると、農家は(株)岩井中央青果に出荷するであろう。農家から野菜の集荷を増やし共販率を維持するためには、JAは販売事業能力を磨かなくてはならない。その結果として、農家の利益は増える。こうした競争市場になっていることが、岩井地区の野菜産地の発展につながっている。ちなみに、茨城県は愛知県、千葉県と並ぶ「産地市場」が発展している地域である。

JA岩井は競争市場の真つただ中にいる。埼玉、千葉との産地間競争、同じ管内での産地市場との競争、さらに輸入ネギとの競争がある。競争相手が多い。悪いことではない。切磋琢磨して販売事業能力を磨くこと

になり、それが農家の利益につながる。それが農家の利益につながる。

⑤「単なる業主」ではない

岩井地区は土地生産性が高い。表4は、茨城県内主要産地の土地生産性を比較したものである（農水省生産農業所得統計）。土地生産性が一番高いのは神栖市で、1ha当たり1251万円である。2位は鉾田市で1061万円、坂東市は709万円、3位である。しかし、神栖市はピーマン日本一であるが、ハウス栽培であり、施設経費が掛かる。これに対し、坂東市岩井地区は露地栽培であり、コストが低い。利益はどっちが大きいかは、このデータだけでは判断できない。

経済学では「総合生産性」（TFP、Total Factor Productivity）を問題にする。投入する全ての生産要素（資本、労働、土地）に比した産出高を問題にする。労働生産性が高いとしても、機械化が進み資本投資も増えている場合、インプットの合計（全生産要素）に対しては高いとは限らない。その結果、機械化貧乏ということも起きうる。こうした部分的な生産要素に対する産出高の比を部分生産性と言って、「総合生産性」とは区別する。重要なのは全生産要素に対する「総合生産性」である。

表4 土地生産性の比較 2015年（茨城県農業産出額トップ10市町村）

	産出額	経営耕地	生産性
	(億円)	面積 (ha)	(万円 / ha)
1 鉾田市	720	6,792	1,061
2 小美玉市	354	3,929	901
3 行方市	262	4,852	540
4 坂東市	253	3,568	709
5 茨城町	206	3,590	574
6 石岡市	203	4,020	504
7 筑西市	192	9,487	202
8 八千代町	188	3,439	545
9 結城市	176	2,689	655
10 神栖市	170	1,361	1,251
県平均	4,549	116,208	391

（資料）産出額は「生産農業所得統計」（市町村別推計）。経営耕地面積は「2015年農林業センサス」。

岩井地区は露地栽培であるから、資本投資が少ないので、総合生産性TFPでは県内トップに並ぶのではない。つまり、岩井地区は生産性が極めて高い農業といえよう。

岩井地区の農家は「単なる業主」（東畑精一）ではない。当たり前のことだが、昔ながらの日々ルーチン化された農作業の反復ではなく、自ら経営判断して、作付選択や取引先を決めている。共販率は7割であって、3割は自ら出荷先を選んでいく。JA園芸部会の農家も、しがらみはゼロとは言えないが、販売価格が高く、JA内に留まる選択をしても利益になるからであって、無分別ではない。作付選択も自分で考えている。農業資材の購入も、JA園芸部会の会員でさえ、農協から購入するのは4割に過ぎない。

法人化して、JAを卒業した農業経営者もいる（十数人）。規模拡大に成功した人たちである。法人化は「卒業プログラム」と考えればいい。小零細な農家が多い日本の現状では、JAも法人化も、多様な経営形態の一つと考えればいいのであって、JAと法人化は競争関係であって、対立概念としてとらえる必要はない。

JA岩井が更なる躍進を考える場合、農家の能力を一段と引き上げることが条件となる。産地の持続的発展はイノベーションが必要だ。それを遂行するのは農業経営者である。農家の能力をさらに高め、そして、それを100%発揮させる仕組みを作ることがベストな方法である。「野菜名人」がもつと増える条件を整備することはその一端となるのではない。