

JA全農ウィークリー

4面

来年1月に第4回和牛甲子園をオンライン開催 (畜産総合対策部)

6-7面

インタビュ― 食農業界をリ・デザインする気鋭の起業家菊池紳氏
農家と都会の消費者を新しい価値観でつなぎたい

福島らしい懐かしさや温かさを表現した福島県産新ブランド米「福、笑い」の米袋(2面)



神奈川県本部が新発売した「炒め玉ねぎ」(左)とリニューアルした「農協直売所カレールウ」(3面)



和牛甲子園のトップページ(4面)

- 2 「ぼっけえ!うまい米話交換会」と「里海米出発式」開催(岡山県本部)
福島県産新ブランド米「福、笑い」米袋デザイン発表(福島県本部)
- 3 鳥取県オリジナル米「星空舞」出発式を開催(鳥取県本部)
「農協直売所カレールウ」リニューアル、「炒め玉ねぎ」新発売(神奈川県本部)
- 4 令和2年度岩手県TACパワーアップ大会開催(岩手県本部)
- 5 JAズームイン(鳥取:JA鳥取中央)

- 8 響け!大地のエール
「#農家の皆さんありがとう」プロジェクトファミリーマート全店でPR(広報・調査部)
「野菜を美味しく食べる鍋つゆ」2種がニッポンエールに仲間入り(全国農協食品(株))
JAタウンショップ紹介
おいどんショップ鹿児島((株)Aコープ鹿児島)

Web版JA全農ウィークリーは
こちらから



<https://www.zennoh-weekly.jp/>



『JA全農ウィークリー』の
ツイッターはこちらから



Web
限定

「ブラウブリッツ秋田応援セット」を
JAタウンで数量限定発売(秋田県本部)
王貞治理事長が子どもたちに熱血指導!
今年度初開催の
JA全農WCBF少年野球教室(広報・調査部)



News!



「ぼっけえ！う米話交換会」と「里海米出発式」開催

里と海のコラボで海苔(のり)の食べ比べも

岡山県本部

里海米を試食する佐賀岡山県本部
長(左)とJA晴れの国岡山の山本
常務



う米話交換会では、新型コロナウイルスの影響で米の需要が低下し、米価が下落する中、お米の生産と消費の拡大につながる「う米」話を探るべく、県内の里海米生産者3人と、おかやまコープ、魚宗フーズ、木徳神糧、岡山パールライス、JA直売所の実需者5社、また行政機関を代表して里海米の取り組みに先進的な真庭市を加え、情報交換を行いました。実需者からは生産拡大、消費者からはPR

岡山県本部は10月2日、JA晴れの国岡山と共催で、「ぼっけえ！う米話交換会」と「里海米出発式」を開催しました。

の強化が要望として挙がりました。また、里と海のコラボ企画として、JF岡山漁連からお米に合う海苔商品の紹介や、同JAの山本日吉司常務理事と岡山県本部の佐賀弘県本部長による海苔の食べ比べも行われ、大いに盛り上がりしました。

う米話交換会の後には、同JA役員、県本部長によるテープカットが行われ、同JAの石我均代表理事組合長の「里海米、出発！」という大号令の下、令和2年産の里海米の出荷が始まりました。



里海米出発式でテープカットするJA晴れの国岡山の石我組合長(左から3人目)と関係者

News!



福島県産新ブランド米「福、笑い」米袋デザイン発表

福島らしい懐かしさや温かさ 農業関係者のプライド伝える

福島県本部

福島県はこのほど、令和3年産で本格デビューする新ブランド米「福、笑い」のパッケージデザインを発表しました。

パッケージは藍色を基調に「田園や米づくりにまつわる世界」を表現したもので、温かみのある手づくり感、新しいプレミアム感をコンセプトにしています。既存の高級米でよく見られる幾何学模様とは一線を画す、思い切ったデザインです。内堀雅雄県知事は、「新しい令和の時代でも、福島らしい懐かしさや温かさ、そして農業生産に関わる方々のプライドが伝わるデザインになった」と

思いを語っています。このデザインは、グラフィックデザイナーの寄藤文平氏が担当し、郡山市出身の箭内道彦氏が監修しました。店頭で目立ち、家に持ち帰りたくなるような袋になることを意識して制作したとのこと。

同パッケージの「福、笑い」は、11月に実施するプレデビューイベントを皮切りに、首都圏を中心に期間・店舗限定で販売します。

福島らしい懐かしさや温かさを表現した福島県産新ブランド米「福、笑い」の米袋





鳥取県オリジナル米「星空舞」出発式を開催

本格販売開始から2年目、販売エリア拡大へ

鳥取県本部

鳥取県本部は9月29日、令和元年産の本格販売開始から2年目を迎えた鳥取県オリジナル米「星空舞」の出発式を開きました。

今年は長梅雨、猛暑、台風など厳しい気象条件にもかかわらず、生産者の努力で順調に生育しました。

出発式では、「星空舞」ブランド化推進協議会の栗原隆政会長（鳥取県本部運営委員会会長）が「厳しい気象条件の中でも順調に生育し、収穫を迎えることができた。

生産者にも消費者にも喜ばれるお米として、ブランド定着に取り組み」と意気込みを語りました。

「星のように輝くお米」として鳥取県内をはじめ、鳥取県産米の主要市場である関西を中心に、九州などへの販売エリア拡大を計画しています。また全国の消費者から数多く問い合わせいただくことから、より多くの方に食べてもらえるよう、ネット販売の拡充も図っていきます。



鳥取県オリジナル米「星空舞」出発式でテープカットする栗原会長ら



「星空舞」初出荷のトラックが出発



「農協直売所カレールウ」リニューアル、「炒め玉ねぎ」新発売

うま味アップのルーとあめ色タマネギでプロ級のカレーに

神奈川県本部

神奈川県本部は9月、JA直売所のロングセラー商品「農協直売所カレールウ」をリニューアルし、同じシリーズの新商品として県産タマネギを使った「炒め玉ねぎ」を発売しました。

生産者手取り向上を目的に規格外のタマネギも活用しており、加工・製造すること新たな付加価値を生み出しています。

「農協直売所カレールウ」は、県産タマネギと県産小麦を使用したフレーク状の中辛カレールウです。少量ずつ時間をかけて焼き上げる直火焼き製法により、スパ

イスの香りや野菜のうま味を従来よりもアップさせました。

「炒め玉ねぎ」は、家庭で作るには手間と時間のかかるあめ色タマネギを手軽に楽しんでもらおうと考案した商品で、カレーやハンバーグに加えるとうま味がグッと増す料理の隠し味。「農協直売所カレールウ」とも相性



新発売の「炒め玉ねぎ」（左）とリニューアルした「農協直売所カレールウ」（右）

抜群で、ルーを入れた後に「炒め玉ねぎ」を加えて煮込めば、まるで洋食店のような本格的なカレーに仕上がります。

「農協直売所カレールウ」は1袋150g（5皿分）、「炒め玉ねぎ」は1袋150g（10皿分）で、いずれも300円（税別）。神奈川県内のJA農産物直売所で販売中です。

News!



来年1月に第4回和牛甲子園をオンライン開催

19県33校の「高校牛児」たちが頂点を目指す

畜産総合対策部

大会ホームページはこちら



和牛甲子園のトップページ



2021年1月15日（金）
開催予定

全農は令和3年1月15日、第4回和牛甲子園をオンラインで開きます。19県から33校の出場が決まりました。

和牛甲子園は、和牛を肥育する全国の農業高校の生徒、高校球児ならぬ「高校牛児」たちの大会です。肥育に関する日ごろの取り組み内容と、育てた和牛の肉質を競います。第4回大会では新規参加県2県、新規参加校4校となり、合計19県33校が出場します。出品頭数も48頭と、前回大会から4頭増えました。

今回は新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から、オンラインで開催します。大会運営会場のAgventure Lab（アグベンチャーラボ、東京・大手町）で各出場校の発表をモニターで放映し、高校牛児たちは各学校からリモートで参加します。枝肉共励会は東京都中央卸売市場食肉市場で行います。出場校が増え、広がりを見せる和牛甲子園。高校「牛児」たちの熱い戦いにご期待ください。

News!



令和2年度岩手県TACパワーアップ大会開催

TAC活動のさらなるステップアップに向け 成果の「見える化」

岩手県本部

岩手県本部は9月16日、県内全7JAの営農担当役員を集め、紫波町のJAいわて中央パーフルパレスで「令和2年度岩手県TACパワーアップ大会」を開きました。

大会は、「TAC活動のさらなるステップアップ」をテーマに全7JAが全国大会（TACパワーアップ大会2020）にエントリーし入賞を目指すことと、各JAの活動事例を共有して相互研鑽（けんさん）の場とすることを目的に開催。TACや関係者ら48人が参加しました。

各JAからの活動事例の発表と審査員の講評後に、県本部の高橋司副本部長は、「担い手対策は農家からの評価を聴講した参加者からは、とても参考になった」との声が多数あり、次のステップにつながる大会となりました。

また、基調講演として、昨年度JA広報大賞を受賞したJAとぴあ浜松の鈴木一記広報課長に、「自己改革を知ってもらうには、営農部門と広報部門の連携、成果の『見える化』」と題し、リモートで講演いただきました。TACの活動成果をJA内外に広く発信する意義を聴講した参加者からは、とても参考になったとの声が多数あり、次のステップにつながる大会となりました。

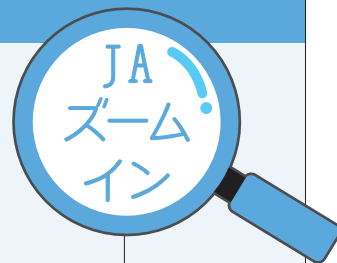


WEB会議ツールZOOMを活用した岩手県TACパワーアップ大会



リモートでの基調講演

また、基調講演として、昨年度JA広報大賞を受賞したJAとぴあ浜松の鈴木一記広報課長に、「自己改革を知ってもらうには、営農部門と広報部門の連携、成果の『見える化』」と題し、リモートで講演いただきました。TACの活動成果をJA内外に広く発信する意義を聴講した参加者からは、とても参考になったとの声が多数あり、次のステップにつながる大会となりました。



コロナ禍の中でSNSを活用し

消費拡大と新規顧客の獲得を目指す

JA鳥取中央は、新型コロナウイルス禍により生産農家が抱える販売状況への不安を解消するため、新たな販売戦略に取り組みました。

取引指定市場とJAを結び テレビ会議でトップセールス

取引市場との往来が制限されるなか、主要特産物の



栗原組合長トップセールスの様子

トップを飾るラッキョウとスイカの取引指定市場とJAをテレビ会議で結び、見える形でのテレビ販売促進会議を開きました。栗原隆政組合長がトップセールスとして生育・販売を説明し、今年の青果物販売への熱い思いや取り組みを市場関係者に伝えました。



市場にもスイカを送りお互いが試食し味を確認

また、毎年各市場や店舗で行ってきた試食宣伝会が行えないことから、新たなPR戦略としてインター

ネット交流サイト(SNS)を活用した発信に注力しました。スイカでは100万人を超える人気動画クリエイターを起用してツイッターにPR画像を投稿してもらい、リツイート(引用)によりスイカの魅力が拡散されました。同時に全国の主要量販店にクリエイターの写真付きのPOP(店内広告)を掲示し、新たな顧客の獲得につなげました。

公式ツイッターや インスタグラムも開設

梨では、さらにSNSによる販促活動を加速し、新

JA鳥取中央 (鳥取県)



概要

令和2年1月31日現在

正組合員数	1万1236人
准組合員数	1万960人
職員数	583人
販売品取扱高	168億円
購買品取扱高	53億円
貯金残高	1558億円
長期共済保有高	5229億円
主な農畜産物	米、スイカ、梨、白ネギ、ラッキョウ、ブロッコリー



SNSの開設と投稿でPR

たな動画クリエイターに梨のおいしさをPRする動画をアップしてもらいました。JAの公式ツイッターとインスタグラムも開設し、生産者や組合長をはじめ、平井治鳥取県知事や各市町村長による梨のPR動画も展開し、消費の拡大と新

規顧客の獲得を目指しました。

生産者の努力と今まで積み上げてきた市場との信頼関係もあり、高単価で推移したスイカは、2020年産の販売高が19年ぶりに33億円を達成し、3年連続で30億円を突破しました。今後さまざまな販売戦略を組み合わせ、さらなる生産の拡大を目指します。



平井県知事(左)と生産部長によるPR動画の撮影

「インタビュー」

食農業界をリ・デザインする気鋭の起業家

菊池 紳氏

農家と都会の消費者を 新しい価値観でつなぎたい

全国の農家と個人経営の外食店舗を結ぶサービス「SEND」を立ち上げた起業家、菊池紳氏。今、菊池氏は食農業界に新たな価値をインストールすべく動き出しています。

【広報・調査部】

——菊池さんのこれまでのキャリアについて教えてください。

20代は投資銀行やコンサル会社で経験を積みました。外資系の投資ファンドで国内大手外食企業の担当になったのが食品や流通に関わり始めたきっかけです。ちょうど毒ギョーザ事件などで国産回帰が叫ばれる中で、出資先の外食企業は国産原料が調達できないと言っていた。けど、実際現地と話してみると余裕であるんですよ。何だろう、この情報と流通のアンマッチは、ひどいなって。

30歳の時に山形の祖母から電話が掛かってきて、農家を継いでくれないかと言われて。1年

半くらい通って「週末農業」のようなことをして、農業自体はすごく対応力が高い産業だなと実感した。そこで流通の問題を何とかしたいなと思い始め、小さな会社を仲間と立ち上げて、

大きい農業法人と企業をつなぐような仕事をやってたんですよ。

ちょうどその時、農水省から6次化ファンドの立ち上げを手伝わないかと声が掛かって（2012年）。投資ファンド出身で農業とか流通もやってきている経験を買われました。じゃ1年間だけお手伝いしますというところで参画しました（これが後の農林漁業成長産業化支援機構「A-FIVE」）。

関わってみて一番問題だと感じたのは、ファンドがいわゆる農家さんのためになるプレイヤーが全然現れないんですよ。

これだと産業が変わらないぞという問題意識は強くなっちゃったので、じゃ、自分でインフラ作りに行くかと。それで2014年にプラネット・テールをつくりました。

シェフがWeb注文、農家が出荷野菜を仕分けし自社便で配達

——菊池さんが起業したプラネット・テール、そして「SEND」というサービスについて教えてください。

中小の農家と個人経営のレストランをつなぐ仕組みです。ただしITだけではなく、自ら物流も担うサービスです。今、レストラン8000軒、農家6000軒弱くらいのユーザ数になっています。シェフがWebから注文すると、農家から野菜が出荷され、プラネット・テーブルのデポで仕分けし、自社便でレストランに届ける仕組みです。

なぜ個人経営のレストランか？ 個人経営のシェフにいろいろ聞いたら、基本的に自分たちは量が少ないので卸も全然配送してくれないし、卸は土日水曜日も休みで、自分たちが一番必要な仕込みの時に持ってきて



くれないとか、もつと地域性や季節性のあるものを使いたいのに、っていう思いも分かった。そして農家にきちんとリスペクト（尊敬）の気持ちがある。これに応えるには物流をやらなきゃと思うって、先に大型のバンを買って、その後ITで受発注を作り始めて。結果、物流を自前で持つITベンチャーになっていったというところですよ。

——物流まで課題認識してそこを自分たちでやりきるのには実はすごいことだなんて思います。

ITだけだと食べ物の問題って解決しないんですよ。よくIT化っていうんですけど圧倒的に重要なのは配送効率とか、



SEND のロゴ

食べ物がいかにロスなく運ぶかっていう、保存が効くなら保存、温

きくち・しん 1979年東京都生まれ。投資銀行やコンサル会社、外資系投資銀行などを経て2014年、農家と個人経営のレストランをつなぐ農畜水産物の流通・購入支援サービス「SEND」を提供する㈱プラットフォームを起業。現在は同社の経営から退き、若手起業家の育成や大企業の新規事業開発支援を行いながら、食農分野で新しい事業をつくるべく「たべものC.O.」「いきものC.O.」を新たに立ち上げる。「連続起業家」。

度とか湿度とかそういういったものの管理状態ももちろんなんですけど、あといかに適切に配分しきるかみたいなところも含めてITだけじゃできなくて。食べ物って原料から料理になって口に入るまでの。

そういった意味ではJAさんとかは、産地から市場まで届けていて、本質的には物流と保管が最大の価値だと思うんですよね。僕らもJAさんと同じようにちゅう一緒に仕事してたいし、すごくロック（型破り）な組合長もいる。そこは本当に世の中の人に知ってほしい。

ただし、SENDの規模だと中小の農家さんを救うインフラにはなっていない。まだまだいっぱいやるべきことが多いと思うたときに、こればかりやっていても駄目だなと思って、僕は次の課題を解決しに行こうと去年判断し経営から退きました。

農家は野菜を仕送り 都会は稼いで仕送り

——今取り組まれているものを紹介いただけますか？

コロナが起きた時に外食もやらないので野菜余るのが分



NewCoop の開催の様子

かるじゃないですか。余るのにスーパーはカラになっているんですよ。何で人ってこんなに買い占めるんだろうって思って、どうせ翌日入るのに。たぶんコロナで社会不安が食料不安に直結しているんだと思うんです。

僕は食べ物の心配一切なかったですよ。全国40人くらい親しい農家がほとんど親戚の人たちみたいなもので、いつも送ってもらっているんで、食べ物がないと不安があるんですよ。

分都会から稼いで仕送り返すからという仕送りの設計をしようということから「NewCoop（ニューコープ）」をスタートしました。

このサービスでは野菜は選べないんですよ、仕送りだから。中に20種類とか入っているんですけど、使ったことがない野菜とかも入っているんですよ。でも都会の消費者はものすごく喜んでですね。

それが「取引」じゃうまくいかないんですよ。コミュニティじゃないとうまくいかなくて。農家も東京の生活者もみんなインターネットを介して同じコミュニティに入っている。今は渋谷のカフェの入り口を受け渡しの窓口になっているんですけど、どこでやってもいいのでお店を構える必要もないし。なのでJAさんと組んでもやれます。すごく期待しています。今後は規模拡大していきたい。実証も終わって、黒字なので現在は事業化の準備中です。

——JAグループとも一緒に新しい価値を生む機会ができればうれしいです。今日はありがとうございました。



響け!大地のエネルギー

「#農家の皆さんありがとう」プロジェクト ファミリーマート全店でPR

全農は「#農家の皆さんありがとう」プロジェクトの一環として、9月1日から28日までコンビニエンスストアのファミリーマート全店舗で、店内放送とレジ横の液晶画面を用いてプロジェクトをPRしました。

【広報・調査部】



ファミリーマートレジ横の液晶画面POPの掲出デザイン

このプロジェクトは、全農所属の卓球日本代表・石川佳純選手が動画で呼びかけを行い、新型コロナ禍の中でも安全・安心な農畜産物を届けてくださっている農家の皆さんへ、感謝と応援の気持ちを届ける企画です。今までに、プロジェクトの意義や気づきを語る動画や、千葉県の習志野高校吹奏楽部の皆さんが「大地のエネルギー」を力強く演奏する動画を公開しました。また、約1週間実施した47都道府県の特産品が当たるプレゼント企画は応募数が9000を超え、大盛況となりました。

今回は、ファミリーマート全店舗(1万6000店以上)で、店内放

送や液晶画面を用いて石川選手がプロジェクトの趣旨を発信。「全農広報部スポーツ応援」公式Twitterでは、ニッポンエールのドライフルーツや、石川佳純(かすみん)カレー、石川佳純(かすみん)牛丼が抽選で400人に当たるプレゼントキャンペーンを実施しました。

全農広報部
スポーツ応援
公式Twitterアカウント



全農広報部
YouTubeアカウント



「野菜を美味しく食べる鍋つゆ」2種がニッポンエールに仲間入り

国産野菜だしを使用した鍋つゆを新発売

全国農協食品(株)は、国産野菜だしを使用した鍋つゆ2種を秋冬向けに発売しました。

【全国農協食品(株)】

肉食需要が高まる中、温かい鍋が食べたい季節にぴったりな商品が全農の商品ブランド「ニッポンエール」に仲間入りしました。5種の国産野菜だし(カボチャ・タマネギ・ニンジン・セロリ・馬鈴薯)の風味を効かせた濃縮タイプの鍋つゆです。味は、瀬戸内の藻塩でまろやかに仕上げた「藻塩仕立て」と焼津産かつお節・日高昆布だしのうま味を加えた「白だし仕立て」の2種類。カボチャペーストと野菜エキス(タマネギ・馬鈴薯・ニンジンなど)に香味野菜(タマネギ・ニンジン・セロリ)で作ったミルポアペーストを配合した優しい味わいが特長です。野菜鍋をはじめとした鍋料理はもちろん、パトフや雑炊など幅広い料理に使用できます。

全国農協食品(株)は、ニッポンエール商品の販売を通じて、国産素材の魅力を全国の消費者にお伝えしていきます。

「ニッポンエール」は
JA全農の
登録商標です



《商品概要》

商品名: 野菜を美味しく食べる鍋つゆ
「藻塩仕立て」「白だし仕立て」の2種
内容量・賞味期限: 120g(30g×4袋) 1袋で1人前・常温で1年
発売時期: 令和2年9月上旬
販売店舗: 一部のJA直売所とAコープ店舗・量販店
販売者: 全国農協食品株式会社



JA全農のインターネットショッピングモール
JAタウン ショップ紹介

おいどんショップ鹿児島 (株)Aコープ鹿児島

安納芋の濃厚な甘さと、クリームのようなネっとりした食感は、他の焼き芋のようなホクホク感とは一味違った味わいです。発祥の地である種子島の土壌で育った安納芋の甘みをさらに引き出すため、収穫後、貯蔵・熟成させてからお届けします。

安納芋は、皮をむかずにまるごとオーブントースターに入れて、ゆっくりじっくり加熱するのがポイント。両面合わせて30分ほどが目安です(芋の大きさによって調整してください)。



鹿児島県JA種子屋久産 安納紅 3kg
……3564円(税込み)

ご注文は
こちらから



▶ JAタウンはこちらから <https://www.ja-town.com>
▶ お問い合わせは ☐ shop@ja-town1.com

休刊のお知らせ
10月26日号は休刊いたします。
次は11月2日号です。

私たち全農グループは、
生産者と消費者を 安心で結ぶ懸け橋
になります。