

JA全農ウィークリー

4
5
面

全農ブランドとニッポンエールの企画、開発から営業まで
全国農協食品(株)によるブランド拡大の取り組み
 (広報・調査部)

6面

インタビュー 全農経営管理委員 荒川隆氏
安心して暮らせる社会実現のけん引役に（広報・調査部）



山形と大阪をつないだリモート授業でスクリーンを通して話を聞く児童たち(2面)



Web上で公開したお米の歌・ダンスの一コマ
(8面)



全農が最も力を注ぐ商品ブランドの営業を担う全国農協食品(株)ソリューション営業部と食品営業部の皆さん
(4-5面)

2 山形と大阪をつなぎ小学校で リモート授業(山形県本部)

ベネッセ×全農「全農主婦ライター」
キックオフ会開催(広報・調査部)

3 佐賀でドローン物流実験を実施 (経営企画部)

「農業人材育成プログラム」で
より農業現場に近い実習を(大分県本部)

7 JAズームイン(富山:JAうおづ)

**8 みんなで踊ろう！ お米の歌・ダンスを
Webで公開！（米穀生産集荷対策部）**

「JA全農 COUNTDOWN JAPAN」
プレゼント(広報・調査部)

JAタウンショップ紹介

JA秋田しんせい

**Web版JA全農ウィークリーは
こちらから**



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

News!



山形と大阪をつなぎ小学校でリモート授業

山形県の農業や米作りを解説

山形県本部



体育館のスクリーンを通して話を聞く児童たち



身振り手振りで稲刈りについて説明する担当者

山形県本部米穀部は、大阪教育大学附属平野小学校の5年生105人に、インターネットのテレビ電話アプリを使い、山形県の農業についてリモート授業を行いました。

同校は社会科で日本の農業について学んでおり、授業の一環として田植えなどの体験活動も行っている。

す。教科書に「農業の盛んな地域」として山形県の庄内平野が取り上げられていることから、山形県本部へ特別講師の依頼がありました。

担当者が、山形県の農業や栽培されている米の品種について解説。「米の品種改良には何年かかるの?」など積極的に質問が上がり、担当者は資料を用いて丁寧に回答しました。今後の授業で鎌を使って稲刈り体験を行うとの話が出ると、「けがをしないように、鎌と稲を持つ手の位置に気を付けて」とアドバイスし、児童たちはメモをとりながら熱心に話を聞いていました。

News!



ベネッセ×全農「全農主婦ライター」キックオフ会開催

農業の大切さや全農の取り組み発信

広報・調査部



オンラインで開いた「全農主婦ライター」キックオフ会

全農は10月14日、新型コロナウイルスで延期となっていた「全農主婦ライター」のキックオフ会をオンラインで開きました。

全農は、ベネッセコーポレーション発行の主婦に人気No.1の月刊生活情報誌「サンキュ」と、口コミWebサイト「口コミサンキュ」の人気主婦ライター7人に「全農主婦ライター」として、全農グループ商品やイベントに参加した感想をSNSで発信していただく予定です。

コロナ禍での食の変化について主婦ライターからは「コロナ禍で外食もできなくなり、『おうちごはん』で贅沢をしよう」と国産の物を楽しむようになった「実感として食費が上がって、国産品を選びたいけど難しい状況もある」など、主婦のリアルな声を聞くことができました。また、営業開発部から全農の商品ブランド「ニッポンエール」の商品紹介やブランドに込めた思いを紹介しました。

今後、ニッポンエール商品をはじめとする全農グループ会社の商品の感想やおすめの食べ方、「こういう商品があればいいな」など、主婦の目線で発信していただきます。

主婦ライター
サイトはこちら





佐賀でドローン物流実験を実施

山間部から直売所へ農作物を運ぶ

経営企画部

実験



福岡を拠点とする同社は、ドローンが当たり前に利用される社会の実現に当たり、河川や離島といった飛行可能な場所が限定されているという現在の課題に対して、「空をシェアし、空の道を作る」ことで解決し、世界中の空を利用可能にすることを目指しています。

今回の実験では、高齢化地域で農作物輸送にドローンを活用するため、技術や規制面での制約を検証しました。また、同社が運営するサービス「sora:share（ソラシェア）」を活用して「空の道」を設計しました。同社の増本衛社長によれば、「sora:shareは農家が持つ空の権利を保護するための仕組みであり、ドローンの通行量に従い地権者へ利用料を還元するシステム」とのこと。「空の道」直下の農地は、ドローンの墜落や騒音などのリスクを受け入れる代わりに報酬を得ることができ、今後、多数のドローンが農地上空を飛行する時代において必要な考え方だと社長は話します。



実験に参加した関係者

第2期JAアクセラレータープログラムで優秀賞に採択され、JAグループの伴走者が支援している(株)トルビズオンが10月26日、佐賀県で山間部から直売所へ農作物をドローンで配送する物流実験を行いました。



「農業人材育成プログラム」で より農業現場に近い実習を

久住高原農高生がキャベツ苗の定植と防除体験

大分県本部

体験



8月31日に生徒たちが定植機を使ってキャベツ苗を定植し、キャベツの生育に

大分県本部は次世代の農業人材育成を目的に県立久住高原農業高等学校と協定を結び、2017年度から「農業人材育成プログラム」の一環で各部署による出前授業を開いています。

今年は、同校の2年生（野菜コース）10人がキャベツの生産・加工・販売まで一連の流れを経験する一貫研修を実施しています。ポイントとなる作業工程では県本部職員が出前授業を行います。

研修では収穫までの圃場管理を生徒が主体となっており、収穫作業後は、加工施設でカット野菜として商品化されたキャベツを県内の量販店で店頭販売する予定です。



動噴を使って農薬散布を体験

全農ブランドとニッポンエールの企画、開発から営業まで

全国農協食品(株)によるブランド拡大の取り組み



商品ブランドの営業について語っていただいた、左から食品事業本部食品営業部東日本食品営業課調査役の太田吉就さん、ソリューション営業部ブランド販売課の大坪栄二郎さん、同課の佐藤美紀さん、開発営業課の原田優子さん、ブランド販売課の堤下宗一郎さん、同課の藤原達弘主任

全農グループ販売会社の一つ、全国農協食品株式会社に今年4月、ソリューション営業部が新設されました。「全農ブランド」「ニッポンエール」といった全農がいま最も力を注ぐ商品ブランドの企画・開発・営業を担うソリューション営業部と食品営業部の皆さんにお話を聞きました。

【広報・調査部】

全農は今年4月に、全農ブランド・ニッポンエール商品のさらなる品質向上と販売拡大を目指す、全農グループ販売会社である全国農協食品(株)(本社・東京都渋谷区)に事業移管を行いました。この全農ブランドは全農くらし支援事業部が7年の歳月をかけて育て上げたブランドであり、ニッポンエールは、昨年4月に発足した「全農グループMD部会」がブランディングした国産素材を打ち出した商品群です。これら全農のブランド商品を全農と全国農協食品が一体となつて取り組むことになりました。

——皆さんの仕事について教えてください。

大坪栄二郎さん 「ソリューション

ン営業部」は今年4月に新設された部署ですが、お客さまの課題を聞き出し、把握して、解決策を提案することを目的に、二つの課で活動しています。全農ブランドやニッポンエールの商品を企画、開発、販売するのが「ブランド販売課」です。

原田優子さん 「開発営業課」は全ての商品群について取引先と一緒にお客さまが潜在的に求めているものを探り、ご提案・提供しています。系統組織や製造メーカーとのつながりを生かし、専門小売店への冷凍食品の導入をはじめ、メーカーへの国産原料の供給など幅広く取り組んでいます。

太田吉就さん 「食品営業部」は栃木に工場を持ち、ピラフなどの冷凍米飯や冷凍野菜を生協やA

コープなどに販売しています。

ブランド販売課の主な営業先

藤原達弘さん 今までの営業先はJAの組織運動(共同購入)、Aコープの店舗など主に系統での取引が中心でした。今年度からは、問屋やベンダーを通して、スーパーマーケット・ドラッグストア・コンビニなどいろいろな販売先と接点があります。

大坪さん 私は一般量販店のなか



全農ブランド商品

でもGMSさまや大手コンビニさまを担当しています。新規の販売先へ売り込んでいくことが多いです。

堤下宗一郎さん 私は全農や経済連、JA直売所、Aコープを担当しており、西日本エリアへの営業が多いです。また、青森から沖縄までローカル問屋を中心に営業しています。従来からお世話になっている取引先を多く引き継いでいますが、新たな営業先についても全国で開拓したいと考えています。

佐藤美紀さん 私はスーパーやドラッグストアで菓子の営業を担当しています。国産へのニーズは分かっていても価格勝負で負けてしまいうことも多いですが、価格を超える価値と需要を掘り起こすのがソリューション営業部の一つの使命だと思っています。

営業先で感じるJA

グループへの期待について

堤下さん 取引先に行くと「J

Aグループといえは国産だよね」というイメージを持っていたと思っています。JAグループに対して「国産」「安全」「安心」という期待があることを感じています。

藤原さん JAマークや全農マークが付いていることで、その商品が国産にこだわっているということが伝えられているかと思えます。国産を求めているお客さまが多かったです。

佐藤さん 「産地で全都道府県網羅できないの？」と言われることも。販売先からそういうニーズがあることを感じています。菓子の商品管理も担当しているのですが、今はまだない都府県も多いですが、今後、開発を積極的に検討したいと思っています。

——営業で苦労した点はあるですか？

太田さん 今回のコロナ禍で冷凍野菜はニーズが増えました。冷凍野菜はどこも国産をうたっているのですが、もうそれだけでは勝負になりません。外国産と比べて国産はどうしても高くなりますが、そこにいかに付加価値を付けるのが大事です。

藤原さん 実際に営業をしてみると全農マークが付いている商品をPB商品だと思われ、Aコー

プなど系統でしか扱えない商品だと思っていたお客さまがとても多かったです。

堤下さん あとは認知度がまだまだ低いこと。国産のドライフルーツは競合品がまだ少ないので、売りやすい面はありますが、例えばバウムクーヘンや青汁などは既に強力なメーカーがあるので価格でしか勝負できないシーンもあります。その中でどこまで国産原料を訴求できるか、なかなか難しいです。

佐藤さん コロナの影響で実際に会うことができず試食も難しい状況です。国産だから味が違うものは結構あつて、例えばギンナン。国産はえぐみがなくて食べやすいですが、その違いを感じてもらえる機会が減っています。あと、大手の小売りは商品アイテム数を減らす傾向にあつて、私たちの新商品が入り込みづらい環境にあると感じています。

大坪さん 国産原料は年1回の収穫で、その時期に加工した商品を1年間で計画販売しないといけません。確保いただいた原料を加工した商品はしっかり販売しないとダメだし、どんなに販売が好調でも、追加で確保することできないため、在庫管理が大

変です。
——これからの抱負をお話ください。

堤下さん JAグループ商品への認知度をもっとJAグループ以外へも広げていきたい。また、ニッポンエール商品をもっと直売所などにも置いてもらいたいと思っています。生産者が店舗で見かけて「この県にはこんな商品があるんだな」「自分たちの県でも作ろう」というきっかけになればと。

佐藤さん ニューデイズ（JR東日本グループの小売り店舗）でのフェアを通じて、安い物ばかりじゃなく、価値ある物を選んで買ってくれるお客さんがいることが分りましたので、一つ目は「いいものがない」といい値段で売れる」とい

うことをスタンダードにしていきたいです。二つ目は、誰にでも手に取れる食品が、農協以外、特に都心でも手に取れるようになって、いろいろな人のコミュニケーションになったり、いろいろな人のコミュニケーションになったり、グループで働く人にとっても、やりがいを感じてもらえたらうれしいです。

原田さん 今年から全農ブランド商品に触れる機会が増えました。一消費者の目線で見てとても魅力ある商品だと感じます。商品をご利用いただくお客さまは、全農マークになじみのある方が多いのではという印象がありますが、そうでない方にも商品の良さや生産者の思いが伝わる商品として訴求していければと思います。

太田さん 扱っているのは冷凍野菜なので、まずは安定的に購入してもらえるように、しっかりと調達していきたいです。産地もさらに開拓していきたいと考えています。

藤原さん 私たちの販売する商品をブランド品にしていきたいです。開発して終わりではなく、多くの消費者に知ってもらいたいです。「国産のドライフルーツだった

ら、JA・全農グループの商品だよね」と認知されるようになりますね。

もう一つは、新たな販売チャネルを増やしていきたいです。例えば、福祉施設・老人ホームなどにも私たちの開発した商品を販売していきたいですし、海外に向けてももっと積極的に商品提案していきたいです。やはり国産の農畜産物はとてもおいしいですし、生産者を尊敬していますので、例えば正品として販売できないものを加工品に使うことで、少しでも生産者の手取りが増える仕事ができればと思います。

大坪さん JAの原料を使った商品を組合員以外の大勢の人に楽しんでもらうことで、「JAってこういうことしてるんだよ」と身近に感じてもらいたい。そしていろいろな商品を作って、たくさん農家さんと関わっていききたいですね。

全国農協食品株式会社

当社は、全農グループのネットワークを生かしたお米・果物・農畜産物などの販売、それらを使用した加工食品の製造・販売を通じて、多くの消費者・お客さまが健やかで豊かな食生活を楽しんでいただくことに貢献します。

「インタビュー」全農経営管理委員 荒川隆氏

安心して暮らせる 社会実現のけん引役に

農水省で大臣官房長など要職を歴任し、今年3月から全農経営管理委員を務める荒川隆氏に、JAグループが進むべき方向性について聞きました。

【広報・調査部】

農水省で長年農政に携わってきた自らの知識・経験を、全農の経営管理委員としてJA系統の皆さまにお伝えできる立場となったことは大変ありがたい。もともと農業は国の政策と切っても切れない関係にあることから、農業・農村の関係者と政策を提供する農水省との間に信頼関係

があり、目指すべき理念や政策目標が一致していることが何より大切だ。全農の経営管理委員として、その信頼関係の構築や理念・政策目的の共有化の一助となるよう努力したい。

例えば、先の農協改革についても、そのプロセスや改革内容について政・官・学を巻き込みさま

れる。このことは大変素晴らしいことであり、今後とも、多様な声に耳を傾け、独りよがりとなることのないよう留意しながら、前進していただきたい。

地域インフラ支える 事業も視野に入れて

JAは農業者の職能組合としての機能を十分発揮すべきだとい

う議論は必要だが、一方で職能組合に純化することが正解だろうか。農泊や農福連携、鳥獣害対策など、地域で求められる施策はさまざまある。これだけ人

的資源や資金力などを備えている組織は、地域ではJAしかない。その組織がしっかり地域政策にも関与することは、正組合員や准組合員、地域住民のためにも重要だ。

その際、JAが地域政策に無償で取り組むには限界がある。そ

こでヒントになるのは、昨年、議員立法で成立した「特定地域づくり事業推進法」だ。人口急減地域で多様な事業者が協同組合を作り、むらづくりの事業を実施するもので、一定の要件を満たすと都道府県知事が認定すれば、特例でむらづくりの事業を有償で行える。残念ながらこの事業主体にJAは位置付けられていない。だが、この法律を参考に、過疎化が進む地域で一定の要件を満たすJAならば、員外利用制限を緩和し、地域インフラを支える事業などを有償で行えるようにするといった仕組みも考えられないだろうか。

新基本計画下での 国民運動の中核へ

4月に国が決めた新たな食料・農業・農村基本計画は、中小・家族経営、法人経営問わず光を当て、産業政策と地域政策をよりバランスよく進めるという内容になった。JAは職能組合としての本来事業をしつかりやると同時に、地域政策にも積極的に関与すべきで、全農も、中期計画の五つの柱の一つに「元氣な地域社会づくりへの支

援」を盛り込んでいる点を評価したい。JAグループの方々には、胸を張って地域のためにも頑張してほしい。

新基本計画では、食や農の価値を共有する国民運動の展開も盛り込まれ、その重要なプレーヤーとしてJAが位置付けられた。コロナ禍の下で、安易な食料の海外依存や過密な都市生活への疑問など、価値観の揺らぎが国中に起こっている。安心して暮らせる社会の実現へ、農業・農村が持つ価値を広く国民に訴え仲間づくりを行う国民運動の一員として、JAグループ・全農に期待したい。



あらかわ・たかし 1959年宮城県生まれ。82年早稲田大学卒業、農水省入省。2009年からの民主党政権下で食糧部長などを務め、その後も自公政権下で大臣官房長、農村振興局長など歴任、18年に退官。

ざまな議論があったわけだが、それらの違和感や問題意識をいわばアフバーベン（止揚）する形で、現在、JA系統は自己改革を掲げ前向きに取り組んでおら

読者プレゼント

荒川氏の新著『農業・農村政策の光と影 戸別所得補償から農協改革・生乳改革まで 真の改革を求めて』（全国酪農協会）を50名様にプレゼントします。

応募先

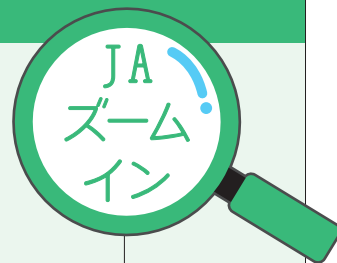
JA全農ウィークリー
zz_zk_zennohweekly@zennoh.or.jp

締め切り 令和2年11月30日(月)23時59分

※応募者多数の場合は抽選で当選者を決定いたします。また、当選の発表はプレゼントの発送をもって代えさせていただきます。

※いただいた個人情報は、プレゼントの発送にのみ使用いたします。





リンゴの担い手継続的に育成・支援

6次産業化で生産者の所得増大目指す



「加積りんご」の収穫

JAうおづは、富山県東部に位置する魚津市一円を管内とします。魚津は、全国に誇る景観「蜃気楼」の名所として知られています。農業は水稲を中心にダイコン、ハクサイ、リンゴなど、昔か

ら野菜や果樹の栽培が盛んな地域です。

その中でも「加積りんご」は県内最大の産地です。加積りんごの栽培は1905

(明治38)年に始まり、今日に至るまで110年以上の歴史があります。現在、栽培農家は44戸で栽培面積は約



加積りんご組合、JAうおづ青壮年部加積支部と協力し、栽培技術研修会

27鈴、「ふじ」「秋映」「陽光」「シナノゴールド」を主力品種に20種類以上のリンゴを栽培しています。

開花から収穫までが長く樹上完熟で自慢の味に

全国のリンゴ産地としては比較的南部に位置しているため、開花から収穫までの期間が長く、樹上で完熟してから収穫できるため「甘くておいしいりんご」ができます。

しかし、近年は加積りんご組合でも生産者の後継者不足に悩まされていました。このような中、同JAは加積りんご組合、JAうおづ青壮年部加積支部と協力し、栽培技術研修会や担い手の育成に取り組んできました。

JAうおづ(富山県)



概要 令和元年 12月31日現在	
正組合員数	2589人
准組合員数	4567人
職員数	104人
販売品取扱高	15億6千万円
購買品取扱高	14億9千万円
貯金残高	648億2千万円
長期共済保有高	1599億2千万円
主な農産物	米、大麦、大豆、 リンゴ、梨、ブドウ、桃、 ダイコン、ハクサイ、ネギ

リンゴ栽培の基礎となるせん定、摘果、防除の研修会では、基礎知識を学ぶことはもちろん、農家同士や世代間の交流を深めることにも貢献しました。

また、黒星病の対策として接ぎ木や苗木の自家生産の方法などについて、会員同士が日常的に意見交換を行っています。

酒造会社とコラボ加工品で付加価値

その結果、次世代のリンゴ農家も増えており、今後も継続的な担い手の育成に取り組むことが重要な課題となっています。

また、JAうおづは6次産業化による農家所得の増大に取り組んでいます。加



宝酒造株式会社とのコラボ商品「富山加積りんごクラフトチューハイ」を発売

積りんご組合で販売している加積りんごジュース「ふじだけ」や昨年9月に宝酒造株式会社とのコラボ商品「富山加積りんごクラフトチューハイ」など、加工品にすることにより付加価値を付け、消費者へ加積りんごをPRしました。

みんなで踊ろう!!

お米の歌・ダンスをWebで公開!

全農は11月11日、国産米の消費拡大の一環として、「お米・ごはん」をテーマにした楽曲・ダンスをWeb上で公開しました。【米穀生産集荷対策部】

題名は、「ひとつぶ」です。

名前に「田」が付く男性2人組アーティスト吉田山田さんが歌う「お米」の歌に、パパイヤ鈴木さんがダンスを振り付けしました。お子さまも楽しめるやさしい振り付けには、「お米をとぐ」「ごはんをよそう」などの動きが取り入れられています。

パパイヤ鈴木さんご本人も田んぼで踊るダンスムービーは、特設ホームページでご覧いただけます。ぜひご覧ください。

全農は本楽曲とダンスの発信を通じて、お米やごはん食に親しんでいただく機会を提案し、国産米の消費拡大を目指します。



パパイヤ鈴木さん本人による
レッスンビデオも掲載!

特設
ホームページは
こちら!



毎週土曜日13時～ TOKYO FM系列38局ネット

全農 ZEN-NOH

COUNTDOWN JAPAN リスナープレゼント

11月21日放送のプレゼントは、福岡県久留米産の「JAくるめ 博多和牛ローストビーフ」です。福岡県内の博多和牛生産者として登録された農家が大切に育てた和牛です。やわらかな歯応えとジューシーな肉汁のうまさを味わっていただけるよう、シンプルな味付けに仕上げました。JAタウン「博多うまかショップ」では「福岡県ウェブ物産展」を好評開催中。

また、JAタウンギフトカード4500円分を1名様にプレゼントします。【広報・調査部】



応募は番組ホームページで受付中です。



応募締め切りは11月21日の放送でランキング1位の曲が発表されるまでです。

この商品はここからご購入いただけます。

JAタウン
ショップ名

博多うまかショップ



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

JA秋田しんせい

JA秋田しんせいのお米は、稲の育つ土台となる「土」からこだわり栽培しています。土がしっかりしていると、根が養分をたっぷりと吸収できるため、粒の大きいお米を作ることができます。また一般の検査に加え品質・食味測定も行い、良質なお米を生産するために、日々取り組みを進めています。

土づくり実証米の「あきたこまち」は、味や香りが良く炊き上がりはツヤツヤ。ふっくらモチモチとした食感が特長です。JA秋田しんせいの新米「あきたこまち」を、ぜひご家庭でお楽しみください。



令和2年産あきたこまち5kg(土づくり実証米)
……3100円(税込み)

ご注文は
こちらから



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



『JA全農ウィークリー』の
ツイッターはここから



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。