

JA全農ウィークリー

2
面

第15回全農学生「酪農の夢」 コンクールを開催(酪農部)

4-5面



「お米を使ったおかず」と「ごはん」のお弁当
レシピコンテスト入賞作品決定(3面)



新ブランド中食店舗「みのりみのるチキン」が
二子玉川 東急フードショーにオープン(8面)



上位4作品の受賞発表と表彰式をオンライン形式で配信(2面)

2 農福連携の一環で支援学校生徒の実習を受け入れ(東北営農資材事業所)

3 県学校給食に多収性米 「ほしじるし」を出荷(神奈川県本部)

小学生が考えたアイデアレシピを公開 「お米を使ったおかず」と「ごはん」の お弁当レシピコンテスト(広報・調査部)

6 ブランドヒストリー⑥

7 JAズームイン(群馬:JA北群渋川)

8 ブランド鶏と国産野菜の強み生かす
中食店舗「みのりみのるチキン」オープン
(フードマーケット事業部)

ニッポンエールブランド
「農協牛乳カステラ」新発売(営業開発部)

JAタウンショップ紹介

にじ農業協同組合(福岡県)

**Web版JA全農ウィークリーは
こちらから**



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

**Web
限定**

機能性表示食品に鶏むね肉2品（岐阜県本部）

「越後姫いちごホワイトサワー」新発売
(営業開発部)

農業労働力支援の現場を東北農政局関係者が視察
(福島県本部・東北営農資材事業所)

「JAタウン」開設20周年で
ブランド刷新（フードマーケット事業部）

News!



第15回全農学生「酪農の夢」コンクールを開催

最優秀賞は、岩見沢農業高校茂木千波さんの「乳で広がる無限の可能性」に

酪農部



前列左から、菅野泰夢さん(福島県農業総合センター農業短期大学校)、糸川夏海さん(栃木県農業大学校)、茂木千波さん(北海道岩見沢農業高校)、砂川律さん(北海道帯広農業高校)。後列は、担当教諭。

受賞作品は、
こちらから
ご覧になれます。



酪農部では、今後も
学生たちの「酪農の
夢」を応援する活動を行
なっています。

発表者との座談会を
開催し、酪農家の皆さ
んから、夢をかなえる
ための貴重なアドバ
イスをいただきました。

このコンクールは、将来
の日本の「酪農」を担う畜
産・酪農・農学などを学ぶ
学生の皆さんから、「酪農
の夢」をテーマに作文を募
集するもので、今回で15回
目の開催となりました。コ
ロナ禍ということで応募作
品は例年に比べ128作
品と少なめでしたが、これ

からの日本酪農に新たな息
吹を吹き込む、若さあふれ
る、夢いっぱい作品が多
く寄せられました。その中
で、最優秀賞は北海道岩見
沢農業高等学校の茂木千波
さんの「乳で広がる無限の
可能性」に決定しました。
また表彰式の後には、「全
農酪農経営体験発表会」の

酪農部は11月26日、「全農酪農経営体験発表会」の併催企
画として「第15回全農学生「酪農の夢」コンクール」を開催
し、上位4作品の受賞発表と表彰式をオンライン形式で配
信しました。

News!



農福連携の一環で支援学校生徒の実習を受け入れ

農業関係人口増を目指す

東北営農資材事業所



8 働きがいも
経済成長も



10 人や国の不平等
をなくそう

グリルみのるエスパル仙台店での実習



全農は農福連携の取り組みの一環として、全農の飲食直
営店舗「グリルみのるエスパル仙台店」で、「支援学校 仙
台みらい高等学校」の産業現場実習に協力し、生徒を受け
入れました。

全農は、「全農東北プロ
ジェクト」を通して協力関
係にある三幸学園が今年開
校した「支援学校 仙台み
らい高等学校」の生徒の産

業現場実習を、10月4日か
ら22日まで、グリルみのる
エスパル仙台店で実施しま
した。
実習生はスタッフと次第

に打ち解け、野
菜の仕込み作業
や調理補助など
をしっかりとこ
なし、食に対す
る理解を深める
とともに、社会
の中で自立して
いくための経験
を重ねていまし
た。

東北営農資材
事業所では、地
域農業と障害者
雇用が結び付く
「農福連携」や、
農業関係人口の
増加を目指して、
取り組みを進め
ていきます。



県学校給食に多収性米「ほしじるし」を出荷

事業ポートフォリオの最適化で生産者の手取り向上を

神奈川県本部

神奈川県本部は、生産者の手取り向上に向け、新しい品目の作付け提案など経営のサポートを行っています。その中で多収性米「ほしじるし」の栽培を開始し、県内の学校給食に出荷しています。

JAさがみの生産者・池上貴明さんは自作面積5畝のほか、受託面積15畝を抱える地域の稲作の担い手で、年々増加する受託による作業過多や、JAの集荷対応が間に合わないことによるオーバーフローが課題となっていました。

一方、神奈川県本部では県学校給食会から県産米の出荷要望はあるものの、その需要を満たしきれっていませんでした。

「ほしじるし」は玄米の

外観品質はやや劣るものの、多収、低倒伏、立毛乾燥ができるといった特徴があります。また、県で最も多く生産されている「はるみ」とは作期が異なる品種です。そこで池上さんに、ほしじるしの県学校給食向けの契約栽培を提案し、2020年産から作付けがスタートしました。

池上さんは「ほしじるしは台風に強い。作期の違いで労力を分散できることはもちろん、除草剤の使用量



「ほしじるし」の生育を確認する生産者の池上さん(右)

や乾燥に使う燃料費も削減できた。販売先も安定していて、農家にとってこれ以上うれしいことはない。受託できる余力もできたので、今後は作付面積をさらに増やしたい」と前向きに話します。



「お米を使ったおかず」と「ごはん」のお弁当レシピコンテスト入賞作品決定

小学生が考えたアイデアレシピを公開

広報・調査部

全農が協賛する、小学生を対象にした『お米を使ったおかず』と『ごはん』のお弁当レシピコンテストの入賞作品が決定しました。入賞した20レシピをホームページで公開しています。

本コンテストは、お米の活用の可能性を広げていくこと、小学生の自主性や料理体験を後押しするとともにお米に対する理解を深めてもらうことを目的に、7月1日～9月10日に募集しました。応募作120作品の中から、工夫、作りやすさ、見た目、味を基準に審査し、入賞20作品を決定しました。レシピは「好きなおかず



最優秀賞作品

「まるめて! つつんで! ライス肉団子とミニバクダン弁当」

藤島佳奈さん(神奈川県・小5)

とあわせてみた」、「おいしいお米を食べてもらいたい」など、心を込めて一生懸命考えて作ったことが伝わるものとなっています。また、「多くの人にもっとたくさんお米を食べてもらうにはどうしたら良いと思いますか?」というアンケートには、「おかずやお菓子にも使う」、「いろいろな料理とあつことを伝えていく」、「子どもでも簡単に作れるレシピがあるとよい」など、さまざまな意見が寄せられました。

入賞者へは副賞として、お米やJAタウンギフトカードなどを贈呈しました。

入賞20作品の
レシピは
こちらから



「JAタウン」開設20周年でブランド刷新

「おいしい日本と暮らそう。」お客さまと生産者の暮らしを共に豊かに

全農のECサイト「JAタウン」は10月16日、開設20周年を迎えました。ブランドメッセージやキャラクターを刷新し、お客さまと生産者の皆さんに新しい価値観や生活様式を提案できるブランドを目指します。

「フードマーケット事業部」

始まりと経緯

新しいブランドロゴ
イメージキャラクター
「じゅー太」



段ボールから「こんにちは」する何か農畜産物(商品)のような化身的存在。つやつやしたカラダに、いつもみずみずしい「たてがみ」。ぷりぷりとした唇もすべてがフレッシュ。大地に根差して、どっしりと生きてきたけど、段ボールにのった途端ものすごいスピードで、あなたのもとに駆け付けます。

JAタウンは2001年10月に誕生しました。始まりは00年の21府県経済連の合併調印を控え、7月に「IT利用」を掲げ総合企画部事業改革推進室が設置されたことです。同年10月にはJA全国大会でITを用いた経済事業改革の提起が行われ、01～05年の中期事業構想「事業・業務・物流・組織・意識の5大改革の実践」において「消費者向け『e全農.com』(仮称)の開設」が計画されました。5大改革は、1998～2004年にかけての経済連との統合の経営戦略と施策であり、「JAタウン」はIT化による統合の成果を目

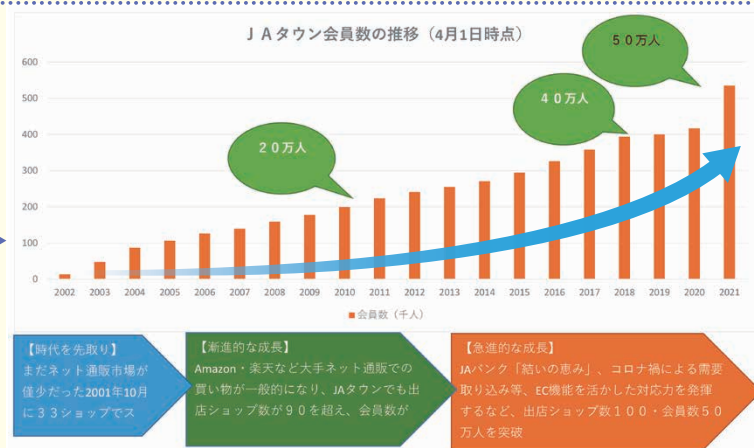
に見えた形で実現する使命を帯びての船出でもありました。

旧キャラクターのカエルは「いつでも買える」「どこでも買える」と言う意味がありますが、実はもう1つ「事業を変える」という当時のミッションだった事業改革の意志が込められています。また、今というインターネットモールドは当時「電子商店街」と言われ、それをわれわれに当てはめると「JAタウン」がしっくりくるだろうということとでサイト名が決定しました。

産地直送ECサイトとして コロナ禍で真価を発揮

20年間で最もインパクトがあった出来事の一つは、新型コロナウイルスの影響です。国やJAグループの補助を活用した送料無料キャンペーンを実施するなど、飲食店休業や学校給食休止によって行き場を失った国産農畜産物を巣ごもり需要に取り込むことができました。ま

JAタウン会員数の推移



た、農産物直売所発の野菜BOXが注目を浴びるなど新たな需要を掘り起こすことにも成功しました。このようにJAグループが運営する産地直送ECサイトとして注目される存在になりました。

ブランド刷新

今年10月16日に開設20周年を迎えたのを機に、ブランドを刷新しました。新しいブランドメッセージは「おいしい日本と暮らそう。」です。品質が良く、安全



安心な国産の農畜産物を産地からお客さまにお届けし、食を通じた体験により、お客さまの暮らし、生産者の暮らしを共に豊かにすることを目指します。メッセージと合わせブランドロゴも変更しました。ECサイトであることを分かりやすく表すと共に、さまざまな農畜産物をお届けすることを伝えられるロゴにしました。

また、カエルに代わる新たなイメージキャラクターとして「じえー太」が誕生しました。今後、「じえー太」は農畜産物(商品)の化身的な存在として、さまざまな場面でお客さまと生産者をつなぐコミュニケーションの中心的な役割を担っていきます。今後の「じえー太」の活躍にも、ぜひご期待ください。

新ブランドの理想像を表現した限定商品の発売

新しいブランドメッセージを体现する限定商品を発売していきます。キーワードは「価値あるひと手間」です。忙しい毎日の中でも、おいしさのために、大切な人のために、価値あるひと手間を加えることの楽しさを、また、お客さまや生産者をはじめとするさまざまなステークホルダーと「おいしい日本と暮らそう。」という世界観を共有することを目

指していきます。

JAグループらしいECサイトとして進化を続ける

産地直送ECサイトのパイオニアだった20年前とは異なり群雄割拠の時代となりませんが、JAタウンは糖度センサーなどを備える産地JAの選果施設を通じた確かな品質を直送でお届けするなど、中元・歳暮をはじめとした贈答品として、ユーザーからも大変喜ばれています。その証拠に、愛媛の柑橘「紅まどんな」や岩手のリンゴ「冬恋」などのヒット商品が登場するなど、コアなファン層も獲得しています。

今後は、JAグループの皆さんの負託に応えるためにも「誰もが知っているJAタウン」を目指した認知拡大・品ぞろえなどに取り組み、2024年度には現在の流通額30億円から100億円規模に拡大させる計画です。また、2030年EC事業300億円を掲げ、グループ内で組織結集してのアソートや生産加工、越境ECの取り組みなど、産地直送にとどまらない全農らしいコンテンツ開拓にも挑戦します。

JAタウンはこちら



「おいしい日本と暮らそう。」を体现する限定商品

第一弾「RICE BLEND BOX」

個性豊かなお米を料理に合わせて組み合わせるひと手間を表現しました。異なる特徴を持つ東北六県のブランド米と、料理家ユニット「ごはん同盟」が監修したレシピブックが入っています。家庭でも簡単に作ることができる絶品料理のレシピと、それぞれの料理に合うお米の種類や、お勤めの配合の割合が記載されています。冊子の内容を参考にして、今までの料理とはひと味違うお米を味わっていただけます。



RICE BLEND BOXはこちら





ブランドヒストリー ⑥

岐阜県が誇る

ブランド和牛「飛騨牛」

岐阜県だけでなく、日本で高い知名度を誇るブランド牛「飛騨牛」。ブランド化に向かい、飛騨牛の名の躍進を誓って尽力した多くの方のため努力がありました。地産地消のブランドとしてスタートして33年。現在は世界へ広がりを見せています。

【岐阜県本部】

「飛騨牛」銘柄化の軌跡

1975年代、集団的な和牛の改良がスタートし、1981年には後に「飛騨牛の父」と呼ばれるブランドの立役者となる「安福号」が兵庫県から導入されました。



「飛騨牛の父」と呼ばれる「安福号」



霜降りの美しい「飛騨牛」

1983年ごろから産子が飛騨子牛市場に回り始めると次々と優秀な産肉成績を収め、1991年には安福産子の取引額は70万円を突破し、飛騨子牛市場を全国トップの座に押し上げました。

その間、さらなる銘柄推進のため、岐阜県や生産者団体をはじめとする県内関係者が一体となり、「飛騨牛銘柄推進協議会」を設立。現在の認定頭数は約1万頭に達し、最上級5等級比率は60%を超え、全国的に見ても高い比率を誇っています。

協議会では飛騨牛農家登録制度や指定店制度を設定し、さらなる銘柄確立のため、関係者丸となって取り組んでいます。

数々の栄光

和牛のオリンピックと言われる「全国和牛能力共進会」において2002年の第8回大会、2007年の第9回大会と連続して最優秀枝肉賞を受賞し、「飛騨牛」の名を躍全国に広めました。その後も大きな共進会で好成績を収めるなど、高い評価とともに、飛騨牛の歴史に花を添えています。

す。

地産地消から世界へ

2008年の香港を皮切りに、「飛騨牛」の輸出が開始されました。その後アジア、EU、北米、豪州と、11の国・地域まで販路を広げ、現在では海外に50店舗を超える飛騨牛推奨店を有するまでになりました。東京五輪2020では、岐阜県で事前合宿を行う海外の五輪出場4チームに飛騨牛を差し入れ、選手たちからも大好評でした。

生産基盤の確立にむけて

現在、年々増加する「飛騨牛」の需要に応えるため、素牛の生産基盤確立が急務となっています。

2018年には全国でも初の取り組みとなる岐阜県本部、岐阜県、岐阜大学の産官学一体となった「飛騨牛繁殖研修センター」や、JAひだ、飛騨市とともに「ひだキャトルステーション」を設立し、新規担手の育成、優良子牛の増頭を目指し、生産基盤の強化と産地の活性化を図る取り組みを行っています。

飛騨牛の今後

先人や関係者の手によって成長を遂げてきた「飛騨牛」。今後も多くの方においしさや満足感を届ける責務を全うし、関係者丸となって、ブランド牛としてさらなる進化と発展を目指していきます。

プレゼント

飛騨牛 ロースすき焼き(5等級)400gを3名様にプレゼントします。



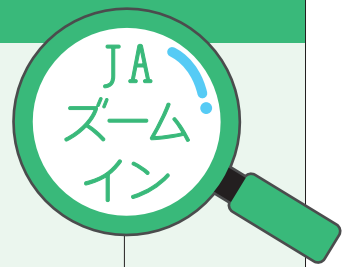
応募方法

件名に「ブランドヒストリープレゼント」、本文に郵便番号、住所、氏名、年齢、所属JA、電話番号、JA全農ウィークリーの感想をご記入の上、メールにてご応募ください。

応募先 zz_zk_zennohweekly@zennoh.or.jp

締め切り 令和3年12月17日(金)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。



白小豆生産とレンタル農機具で 農業者をサポート

JA北群渋川は1994（平成6）年3月1日、北群馬渋川地区（旧渋川市、伊香保町、小野上村、子持村、榛東村、吉岡町）の7JAが合併し発足しました。農業者の所得増大と高齢農家の営農持続など

（株）虎屋と白小豆の 契約栽培に取り組む

JA北群渋川では、和菓子で有名な（株）虎屋が使用している白小豆

（株）虎屋と管内農家が契約、昨年に比べて3倍の耕作面積（北群馬郡吉岡町大久保にて）

和2年度から開始しました。生産者に向け栽培講習会を開催し、積極的に取り組んでもらえるよう、農作業の軽減や作業効率向上のためレンタル農

収穫したばかりの白小豆



機具をそろえています。令和3年度は栽培者20人、栽培面積1000㌦を目指します。

農機具のレンタルを開始

管内では生産農家の高齢化が進み、今までのように営農を維持することが困難となっています。また新規就農者にとっては、農機具

レンタル農機具を使用している生産者



購入の資金が負担となっています。そこで機械化を進めることにより、農作業の省力化と作業効率向上、規模拡大により、栽培面積増加と高齢者の営農持続をサポートするため、2019年10月より農機具のレンタルを開始しました。この取り組みはJA共済連の地域・農業活性化積立金を活



さまざまな種類がある農機具のレンタル

用しており、JAグループ一丸となって、農家・組合員をサポートしています。現在では播種機、収穫機、脱穀機など11種類の農機具を取りそろえています。農家の方々に営農を持続してもらい、栽培面積増加や出荷量増加のために活用していただきたいです。

JA北群渋川 （群馬県）



概要

令和3年2月28日現在

正組合員数	3700人
准組合員数	5463人
職員数	136人
販売品取扱高	30億9千万円
購買品取扱高	18億1千万円
貯金残高	843億4千万円
長期共済保有高	2150億8千万円
主な農畜産物	チンゲンサイ、ネギ、 ブロッコリー、コンニャク、イチゴ、 ブドウ、リンゴ、豚、牛



新ブランド中食店舗「みのりみのるチキン」オープン

ブランド鶏と国産野菜の強み生かす

全農は11月18日、鶏肉卸・中食店舗「鳥麻」などを展開するグループ会社の(株)アサヒプロイラーとコラボレーションした新ブランド中食店舗「みのりみのるチキン」を、二子玉川 東急フードショー(東京都)に初出店しました。【フードマーケット事業部】



「みのりみのるチキン」は、鶏総菜の専門店舗を多数展開するアサヒプロイラーの鶏総菜の開発力と、全農が持つ旬の国産食材の調達力などそれぞれの強みを組み合わせ、「鶏肉と野菜」をテーマとした新たな中食店舗です。

「鹿児島いいとこ鶏」などのブランド鶏や「京野菜」「加賀野菜」など全国各地の特色ある野菜を原材料に使用した「とりベジ串(鶏



「チキンデリ」や定番の焼き鳥串



「みのりみのるチキン」店舗

と野菜の串)」や「チキンデリ」などを提供します。また、定番の焼き鳥串も用意し、日常の食卓からちょっとしたハレの日のごちそうなどさまざまなシーンでご利用いただけます。

ぜひ、お立ち寄りください。



ニッポニエール

ニッポンエールブランドで共同開発

「農協牛乳カステラ」新発売

全農は、(株)スイートファクトリーと共同で、ニッポンエールブランド「農協牛乳カステラ」を開発しました。協同乳業(株)から供給した「農協牛乳」を使用しています。【営業開発部】

カステラは子どもから大人まで幅広く食べられる人気商品です。本商品は、焼成工程中に蒸気を加えながらゆっくりと時間をかけて焼成することで、しっとり・ふんわり感を出せる

ように仕上げました。パッケージは店頭で目立つ「農協牛乳」を前面に出したデザインを起用し、両サイドは中身が見えるよう窓あきにしたことで、お客さまに安心して手に取っていただけます。

スイートファクトリーの本社工場(愛知県一宮市)で製造し、コンビニエンスストアを中心に東日本エリアで12月6日から、西日本エリアで12月20日から販売します。



にじ農業協同組合

「あ」かい、「ま」るい、「お」おきい、「う」まい、の頭文字からその名がついた、イチゴの王様「あまおう」。その大きさと鮮やかな赤色は見る者の目を奪います。果実を口にすれば、濃厚な甘みとみずみずしさが口の中いっぱいに広がります。

今回の商品は「あまおう」の中でも、形の整ったデラックスタイプ。贈答用にもおすすめです。出荷日の朝に収穫する新鮮な「朝摘みあまおう」を産地直送でお届けします。

※12/6ごろから発送



朝摘み・博多あまおうイチゴ540g
(DXタイプ 2P) ... 4400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



『JA全農トピックス』の
ツイッターはこちらから



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。