

JA全農WEEKLY

4面

青森で全農 全国高校カーリング選手権大会
東北選抜(女子)と北見選抜(男子)が優勝(広報・調査部)

6-7面

尾本英樹常務理事(生活関連事業担当)

食と農を未来へつなぐ(4) 担当理事インタビュー



2月にオープンしたウエルシアとAコープの一体型店舗(7面)

埼玉県産生乳90%使用
限定販売を行った埼玉
県産生乳で作ったミル
クコーヒー(2面)

全農 全国高校カーリング選手権大会に参加した選手たち(上)と試合中の模様(左下)、食材を手に笑顔を見せる選手ら(4面)

2 酪農家応援で乳製品消費拡大運動
(埼玉県本部)全農グループ代表者セミナーを開催
(経営企画部)3 青果物パレットの回収に協力を
(園芸部)3年ぶり山梨県JA農業機械大展示会
(山梨県本部)米飯・炊飯事業の(株)煌が工場建設へ
(米穀部)

5 JAズームイン(JA兵庫西)

8 「3種の柑橘チューハイ」発売
(営業開発部・全国農協食品(株))「ササニシキ」60周年で新ロゴマーク
(宮城県本部)JAタウンショップ紹介
JA上士幌町

別冊 1-6 令和5年度JA全農講習会日程

Web版JA全農ウィークリーは
こちらから<https://www.zennoh-weekly.jp/>Web
限定旬のイチゴ「やよいひめ」
自動販売機でPR(群馬県本部)「農協ミルク 山梨産ぶどう」新発売
(酪農部)

News!



酪農家応援で乳製品消費拡大運動

県産生乳で作ったミルクコーヒーを限定販売

埼玉県本部

埼玉県本部を含むJAグループさいたまは2022年11月から23年1月まで、生乳需給改善に向けて県産生乳で作ったミルクコーヒーを含めた牛乳乳製品の消費拡大運動を実施しました。

全国の酪農を取り巻く環境が依然として厳しい中、JAグループさいたまでは、昨年11月から年明け1月までの3カ月間に牛乳乳製品消費拡大運動を実施しました。この運動は、JAと連合会の役員、生産者、県、県乳業協会ほか関係団体、全農グループ会社、JAからの応援や、呼びかけに呼応した関係市町村などで展開されています。

この運動に合わせて、県本部は参加団体より、限定

埼玉県本部は、今後も消費者に牛乳乳製品を消費し酪農を応援してもらえる活動を展開していきます。

限定販売を行った「埼玉県産生乳で作ったミルクコーヒー」



News!



全農グループ代表者セミナーを開催

グループの連携深め、環境変化に対応することを確認

経営企画部

全農は2月10日、2022年度全農グループ会社代表者セミナーをオンライン形式で開催し、会社代表者や全農役員から約230人が参加しました。

菅野幸雄会長は開会にあたり、「JAと全農グループが一体となって営農・経済事業に取り組み、生産者と消費者を結ぶ食農バリューチェーンの構築を目指す」とあいさつしました。

グループ会社の実践事例報告として、協同乳業(株)の宮崎幹生社長は、同社の経営改善の取り組み、生産現場の現状をふまえた農系乳業会社としてめざす姿について講演しました。

野口栄理事長は、事業計画を基に全農グループとして新しい事業領域への挑戦が不可欠であることを訴えました。また経営企画部は、グループ経営実現のための各種施策とそのすすめ方を提案しました。

外部講師として登壇した(株)日本アクセスの佐々木淳一社長は、顧客ニーズを捉えた価値創造の取り組みや物流最適化の実践事例を紹介し、全農グループとのさらなる連携強化について提言しました。



協同乳業(株)の宮崎社長



(株)日本アクセスの佐々木社長

青果物パレットの回収に協力を

スーパーマーケットトレードショーで呼びかけ

園芸部



スーパーマーケットトレードショーでパレット回収を呼びかけ

全農は2月15〜17日、園芸部が幹事を務める農産物パレット推進協議会の活動としてスーパーマーケットトレードショーで青果物パレットの回収協力を呼びかけました。

運送業界におけるドライバー不足や2024年問題を背景に物流合理化が急がれる中、青果物流通の関係団体で構成する同協議会では、手荷役削減に向けたパレット輸送の普及拡大に取り組んでいます。

パレット化に向けては回収率向上が課題であり、これまでも卸売業者などに対して流通過程での他への流用や紛失を防止する依頼をしてきましたが、今回は小売業者に対するアンケート実施やパレット回収への理解促進、協力依頼を行いました。

3年ぶり山梨県JA農業機械大展示会

見て体感 各メーカーの農業機械ズラリ

山梨県本部

にぎわう会場の様子



「見て体感」の各メーカーのブースでは、来場者が展示品の特徴や使い方を質問し、担当者の説明に聞き入っていました。

また、肥料農業課と農機資材課が連携して、ペースト肥料側条施肥田植機を活用し、環境に配慮した農業技術の提案を三菱農機販売(株)と片倉コープアグリ(株)協力のもと発信しました。

展示会では農業機械に加え、ICT・IoT・スマート農業の提案のため、営農管理システム「ZIGS」のブース出展や自動抑草ロボット「アイガモロボ」、農用ドローン、ラジコン草刈り機などの展示も行いました。

山梨県本部は2月15、16日、甲府市のアイメッセ山梨で3年ぶりとなる第45回山梨県JA農業機械大展示会を開催しました。

米飯・炊飯事業の(株)煌が工場建設へ

拡大する総菜市場に向けて供給体制を整備

米穀部



施主あいさつをする中村社長

全農は、グループ会社で加工米飯、炊飯商品の製造および販売を手がける(株)煌の新しい工場建設の地鎮祭に出席しました。

京都府本部京都物流センター内にある同本社前で1月26日、総菜工場の新築工事の地鎮祭を行いました。中村勝浩代表取締役社長をはじめ同社員、全農の高尾雅之常務理事、京都府本部の宅間敏廣本部長、全農パールライス(株)の中野吉庸社長ほか、関係者ら約40人が出席しました。

総菜事業は、少子高齢化や個食化といった社会変化を背景に、単身・高齢者世帯を中心に需要が拡大しています。新工場建設で、さらなる商品開発の提案、品ぞろえの強化に取り組めます。

京都府本部京都物流センター内にある同本社前で1月26日、総菜工場の新築工事の地鎮祭を行いました。中村勝浩代表取締役社長をはじめ同社員、全農の高尾雅之常務理事、京都府本部の宅間敏廣本部長、全農パールライス(株)の中野吉庸社長ほか、関係者ら約40人が出席しました。

青森で全農全国高校カーリング選手権大会

氷上の熱戦東北選抜(女子)と北見選抜(男子)が優勝

青森県青森市のみちぎんドリームスタジアムで2月9～12日、「第18回全農全国高等学校カーリング選手権大会」が開催されました。全国から10チーム43人が参加して熱戦を繰り広げ、東北選抜(女子)と北見選抜(男子)が優勝しました。

【広報・調査部】



大会に参加した選手たち



試合中の様様

男女ともに5チームで予選リーグを戦い、上位3チームで決勝トーナメントが行われました。全24戦におよぶ試合の末に、男子は北見選抜と青森・岩手・北海道合同が対戦し6-4で北見選抜が優勝、女子は東北選抜と帯広選抜が対戦し、7-1で東北選抜が優勝を飾りました。

全農は、副賞として青森県産米「青天の霹靂」と「あおもり利牛」、リンゴの「王林」と「サンふじ」

を贈呈し、参加賞として包装もちや農協ごはんを提供しました。

全農の管理栄養士がスポーツ栄養教室

初日に、全農の管理栄養士が参加選手を対象とした講義を実施しました。「運動前は、おむすびやおもちなどの糖質でエネルギー補給すること、運動後は疲労回復のために、糖質やたんぱく質を補給することが大切」など、試合前後の補食のとり方やバランスよく食べることの大切さをアドバイスしました。

もぐもぐブースの食材に選手から笑顔

全農はエネルギー補給のための「もぐもぐブース」を設置し、「青天の霹靂おむすび」やカットリンゴなど開催地・青森県産品、全農の商品ブランド「ニッポンエール」の果実グミや、JAタウンで購入可能なデザートなどを選手に提供しました。初めて利用する選手も多く、試合前後だけでなく、試合のハーフタイムに栄養補給するチームも見受けられました。控室に置かれたボードには、「もぐ

試合結果

男子

優勝 北見選抜
準優勝 青森・岩手・北海道合同
3位 南富良野選抜

女子

優勝 東北選抜
準優勝 帯広選抜
3位 長野県選抜

賞品提供

JA全農たまご(株)、協同乳業(株)、JA全農あおもり

りんごタワーや果実グミのパネル展示も

会場入り口付近には、青森県産リンゴを使用したりんごタワー

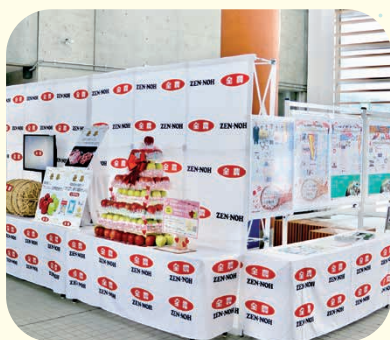
もぐもぐブースが「楽しみ」農協ミルクの芳醇メロンが好き」などのお気に入りの食材やブースへの感想が寄せられました。



食品を手に笑顔を見せる選手ら

を設置し、大会に併せて参加選手が応募できる写真投稿企画を実施しました。さらに、全日本小学生カーリング大会(冬のチビリンピック)・全日本中学生カーリング大会の記事パネルなどを展示しました。

全農はこれからも、選手たちの健康づくりやスポーツ選手の育成をサポートしていきます。



全農ブース



りんごタワー

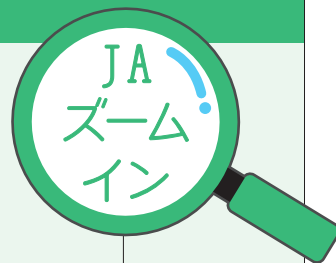
全農Twitter「全農広報部スポーツ応援」アカウント





機能を強化した赤穂ライスセンター

J A兵庫西は、兵庫県の姫路市・たつの市・赤穂市・相生市（一部）・宍粟市・山崎町・神河町・市川町・福崎町・太子町・上郡町・佐用町の5市6町をエリアとし、瀬戸内海と中国山地



ライスセンターを再編・整備 米の販売力強化、品質も向上

の間に位置しています。水稻を中心に多種多様な農産物が栽培されるほか、肉牛の生産も盛んです。

3ブロックのRC サテライト方式に

J Aは米の品質向上と販売高向上に向けて、2018年から本格的にライスセンター（RC）の再編・整備に着手しました。23年3月末現在で管内に17カ所のRCを有しており、年間約8000トの水稲を乾燥・調製しています。

RCの数が多いことから、要員や施設の修繕費などが増加し、効率的な稼働が課題でしたが、近年ではサテライト方式を採用することで対応しています。管内を東

部、中央部、西部の3ブロックに区分し、各RCを基幹施設、補完施設、荷受け施設に位置付け、半乾燥以降の処理を三つの基幹RC中心に集約しました。これにより、荷受け施設の機能が最小限になったことに加え、乾燥調製機械の性能を高めた基幹RCを整備することで、製品の高品質化を図り、利用者の利便性も維持しています。

赤穂RCの機能増強 遠赤外線方式に変更

22年4月には、西部地区の基幹RCである赤穂RCの機能を増強しました。乾燥機を遠赤外線方式に変更したことで、もみが中心から暖まるため、乾燥むらが減



導入した最新の荷受けシステム

り、短時間で高品質な製品に仕上げることができるようになりました。

また、補完施設で荷受けしたもみを一時的に保管する貯留ビンも増設しました。50ト入る貯留ビンを4本から14本にするとともに、2カ所の荷受け口を設置し、荷受け処理能力を高めてい

J A兵庫西 （兵庫県）



概要 2022年3月31日現在（前年度の事業年度末実績）

正組合員数	4万7264人
准組合員数	5万6772人
職員数	1287人
販売品取扱高	63億1千万円
購買品取扱高	31億5千万円
貯金残高	1兆4698億2千万円
長期共済保有高	1兆7230億8千万円
主な農畜産物	米、小麦、大豆、黒大豆、小豆、肉牛、ダイコン、ニンジン、軟弱野菜、イチジク

ます。

今回の施設再編で、赤穂市、相生市、上郡町、佐用町の2市2町を対象とした広域利用施設となり、22年産米は約1800トの乾燥・調製を行いました。また、新たな品種（もち米や酒造好適米など）の受け入れも可能となりました。

なお、赤穂RC以外の基幹RCでも、乾燥調製機の入替えや低温倉庫の建設による効率的な米の保管などを進めています。

生産資材の高騰が続く中、RCの再編により、乾燥機の導入や買い替えなどの投資が難しい生産者を支えることで、生産コストの低減と農業者の支援に取り組んでいます。

食と農を

未来へつなぐ

4

全農事業担当理事インタビュー

尾本英樹常務理事（生活関連事業担当）

総合エネルギー・くらし支援事業を担当する尾本英樹常務理事に、令和4年度の振り返りと5年度に向けての戦略について聞きました。

【広報・調査部】

令和4年度を振り返り、どのような二年でしたか。

エネルギー事業では、ロシアのウクライナ侵攻を発端に世界的な資源高となり、原油価格が例年の1.5倍ほど上昇しました。そのため、生活用も農業用もコスト高が懸念されましたが、燃料高騰に対する政府の燃料油価格激変緩和対策事業や、農業用燃料へのセーフティネット事業のおかげで、コスト上昇が抑制されました。

電力事業についても、発電で使用する石炭や天然ガスが高騰し、卸電力市場でのスポット価格も急激に上昇していきました。そのため、卸電力市場か

ら電源を調達していた新電力会社の撤退が相次ぎ、契約していた利用者は非常に苦労しました。また、大手電力会社が春先からの値上げを発表するなど、電力業界も利用者もかなり振り回された二年でした。

石油については国の支援に助けられた部分も大きいですね。

政府が元売や卸に補助金を出すことで小売価格の上昇が抑えられたため、原油価格が高騰しても利用者は安定した価格で購入することができました。高騰分を小売価格に転嫁していたら、生産者の経営や生活に大きな影響が出



てしまうところでした。ただ、この制度は直接消費者に見えにくく、効果を実感されていないのが現状のため、国の要請を受けてJASSでもPRをしているところですよ。

くらし支援事業はいかがでしたか。

メーカー各社が食品の値上げを実施しました。全農は子会社でAコープを運営していますが、近年、食品スーパー業界は競争が激化しています。そのような中、原料が上がったからといってすぐに小売価格を上げられるかというと、なかなか難しい状況がありました。物流費などの中間コストや、電気代の高騰なども経営を圧迫し、Aコープ事業については非常に厳しい二年だったというのが総括ですね。

そのような厳しい環境の中、5年度は特にどのようなことに力を入れて

いきますか。

ファーマーズ型店舗の出店促進
新しい業態への挑戦

一つ目は、ファーマーズ型店舗の出店促進です。これはJAの農産物直売所とスーパーマーケットであるAコープの機能を二体化した店舗で、地元の青果物や精肉を中心に販売しています。地産地消、地元生産者のお店として、お客さまの評価も非常に高いと感じています。また店舗の屋根に太陽光パネルを設置して一部自家発電するともに、EV車を導入して、BCP対策にも取り組んでいます。4年度は7店舗出店し、累計で全国43店舗まで拡大しました。5年度も引き続き、展開を進めていきます。

また、他企業とのアライアンスの二環として、ドラッグストアの最大手ウエルシアグループと提携し、ドラッグストアとAコープが二体化したお店を2月に群馬県にオープンしました。近年、生鮮品を扱うドラッグストアも増えていますが、地元の農産物を扱うことは差別化につながります。店舗ではそれぞれの強みを生かし、生鮮品をAコープが、化粧品や薬、一般食品をウエルシアが担当し、レジは共通にしています。オペレーションなど、まだ実証中の部分もあ



2月にオープンしたウエルシアとAコープの一体型店舗

りますが、成果を踏まえ、今後、横展開していきたいと考えています。

エコープマーク品の強化

二つ目は共同購入です。JAグループの組織力を背景に、日常生活の中で必要な商品をみんなでお得に買いましようというのが共同購入運動の特長ですが、中でもJAグループのプライベートブランドである「エコープマーク品」を主に展開しています。国産原材料を優先使用し、女性部の声を取り入れるなどお客さま視点で商品づくりをしています。さらに地域原料や地域商品の活用、JA全国女性組織協議会やフレッシュミクス組織との連携、製造委託先同士のコラボレーションによりJAらしさをアピールすることで販売先の拡大を図ります。また、工場や商品数の集約による効率化や組合

員が求める商品の開発を進め、エコープマーク品の品ぞろえを強化します。

一方、共同購入の推進方法については見直しが必要だと考えています。今はインターネットショッピングも普及していますし、JA職員数が減少している中で、以前のようにJA職員が組合員宅を巡回して商品を販売する機会が少なくなっています。そこで組合員が本当に必要な商品に絞り込み、Eコマースも活用しながら製造した商品をわれわれがしっかり責任を持って販売する合理的な仕組みの構築を図ります。

——エコープマーク品は近くにJAがない場合、購入するのが難しい場合もあります。

今後は生協や道の駅など系統外のお店でも販売できるよう整備していきます。そして、エコープマーク品のファンづくりを目的に「コミュニティサイト」を立ち上げ、そこで組合員や消費者が意見を出し合い、交流できる場を作っていきたいと考えています。

「スマートアグリコミュニティ」構想の実証

また、新しい取り組みとして、「スマ

ートアグリコミュニティ」プロジェクトの実証です。今後、人口減少や高齢化などで地域の生活環境の悪化が懸念されています。農業の生産基盤は地域にあるので、地域の暮らしをいかによくしていくか。地域共生・地域活性化の実現に向けて、JAグループ版スマートシティの構築を目指します。

4年度はプロジェクトの実行に向けて、整備計画やシステムの検討といった下準備を行ってきました。5年度はモデル地域を設定し、運用を始めます。この仕組みに賛同してくれる企業と積極的に連携し、実現に向けて一緒に取り組んでいきます。

JAでんきの推進

エネルギー事業では4年度に引き続き、JAでんきの加入促進に取り組みます。電源を卸電力市場で調達する場合、需要によって価格が乱高下しますが、全農は大手の発電事業者と電源の長期契約を結ぶなど、調達手段を多様化し、安定した料金で電気を供給できるよう努めています。石油、ガス、電気と三つそろえることで、組合員が家庭や営農で使うホームエネルギーを責任持って供給できるよう、しっかりと体制を作っていきます。

——最後に令和5年度の全体的な展望を教えてください。

エネルギー事業に関しては、JAでんきをはじめ、再生可能エネルギーの普及・拡大と、事業の裾野を広げていきます。また、化石燃料の需要減少が予測される石油事業についても、個々のSSの競争力を強化することで、全体の需要が減少してもシェアを拡大するという戦略を進めます。よって、エネルギー事業については投資も含めて積極的に取り組んでいきたいと考えています。

一方、くらし支援事業では、業界自体が飽和し、過当競争の中でどうやって生き抜いていくかが最大の課題になっています。Eコマースも世の中に浸透しており、時代に合わせたサービスへの転換が必要だと思っています。ネットスーパーや移動購買車を導入するなど、次世代の仕組みを取り入れ、引き続き組合員の生活を支えていきます。

くらし支援事業の根幹は組合員が必要としているものやサービスをしっかりと提供することで組合員の生活をよくすることだと思っているので、それに寄与できるような事業を、この一年かけて取捨選択していくのが、5年度の一番の大きな目標です。

「3種の柑橘チューハイ」発売

全農は3月13日、「ニッポンエール」ブランドの商品として、「3種の柑橘チューハイ」を開発し、全国農協食品(株)から発売します。【営業開発部・全国農協食品(株)】

「3種の柑橘チューハイ」は和歌山県産ハッサク、広島県産レモン、愛媛県産「河内晩柑」の3つの果汁を計10%使用したチューハイです。ハッサクの程よい甘味と酸味、華やかな香りと酸味が持ち味のレモン、そして、さっぱりとした甘さの「河内晩柑」

をブレンドし、香り高いサワーに仕上げました。

枝や葉に触れてできてしまった傷や、日の当たり方による色むら、不ぞろいな形などにより、生果としては流通できない柑橘を、加工用として活用することで、生産者の所得向上に貢献したいという思いで開発しました。愛知県・岐阜県のほか関西・中四国エリアのファミリーマート約6000店舗を中心に販売します。

約6000店舗で販売



「3種の柑橘チューハイ」(税込み188円)

「ササニシキ」60周年で新ロゴマーク

全国からのWEB投票で決定、海外向けも視野に

宮城県本部は2月7日、宮城米を支えてきた歴史ある銘柄米の「ササニシキ」が2023年産で誕生60周年を迎えるのに合わせ、新ロゴマーク発表会を開催しました。【宮城県本部】冷害や震災など多難な時期を乗り越えて、生産者らに守り続けられた伝統の品種「ササニシキ」。22年夏に新ロゴマークデザインを募集したところ、全国から200以上もの応募がありました。審査会で選ばれた5作品を対象にした一般WEB投票で、全国から集まった

9454票の結果で新ロゴマークが決定しました。

国内だけでなく、海外の方にも愛着を持ってもらえるように、「日本の宮城県のお米」であることをローマ字で組み込みました。また、優しいカラーリングで「ササニシキ」の上品な味わいを表現しました。

宮城米の伝統銘柄と称される「ササニシキ」が、新ロゴマークでさらなる魅力の発信と需要拡大につながるように販促・PR施策を進めていきます。



「ササニシキ」の新ロゴマーク

JA全農の産地直送通販サイト

JAタウン ショップ紹介



JA上士幌町

北海道十勝地方の上士幌町は大雪山国立公園の東に位置する自然豊かな町です。十勝地方では明治時代中期から広大な土地を活用した小豆の栽培が始まりました。

現在は全国の小豆作付面積の約半分を占め、国内で収穫される小豆の約65%が十勝産です。冷涼で昼夜の寒暖差が大きい十勝の気候が、こくのある風味豊かな小豆を育みます。あんに加工したり、赤飯やぜんざいなど小豆の味を生かしたレシピで活躍します。



上士幌町産 小豆 (2kg) 2022年産 (2kg) ...2781円(税込み)

ご注文はこちら



▶ 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。