

JA全農ウィークリー

J A Z E N - N O H W E E K L Y



2面

所属選手の
石川佳純さんが
引退会見
(広報・調査部)

4面

特集 産地応援へ
「ニッポンエール
プロジェクト協議会」設立
(営業開発部)

Web版
JA全農ウィークリーは
こちらから



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

News!

所属選手の石川佳純さんが引退会見

「『やりきった』と思えた とても晴れやか」

広報・調査部



野口理事長から大きな花束を贈呈

野口米代表理事理事長が「所属選手として約12年間、大変な活躍をいただき、われわれ全農グループはもちろんのこと、全国の生産者をはじめ、日本中の皆さんに勇気と感動を届けてもらった。石川さんをサポートさせていただいたことを大変誇りに思う」と感謝の気持ちを伝えました。

石川さんは現役引退後の目標について、『石川佳純47

全農は所属卓球選手として活躍した石川佳純さんの引退会見を5月18日、丸ビルホール（東京都千代田区）で開催しました。石川さんは、「引退を決意したのは『やりきった』と思えたから。今日はとても晴れやかな気持ち」と、現役生活を引退することへの思いを語りました。



笑顔で記者の質問に答える石川佳純さん

都道府県サックスツアー」を続けていきたい。まだ行っていない残り40カ所を回って、47都道府県での開催を達成したい」と話し、新たなスタートへの希望に満ちあふれた表情を見せました。

全農は2011年に石川さんとの所属契約を締結以降、約12年にわたり競技生活を共に歩んできました。これからも石川佳純さんの活動を応援します。

News!

「徳島すだち」がGI保護制度に登録

生産振興・消費拡大・ブランド強化の弾みに

徳島県本部



農水省で行われた登録証の授与式

徳島県の農産物では2017年9月15日に登録された「木頭ゆず」に続き、「徳島すだち」が2例目の登録産品となりました。

東京・霞が関の農林水産省で行われた授与式には、同協議会の長江郁哉会長（当時・徳島県農林部長）と澤口佳史副会長（JA名西郡代表

徳島県本部が事務局を務める徳島県すだち・ゆこう消費推進協議会は、県の香酸かんきつスタヂを地理的表示（GI）保護制度に登録申請していました。地理的表示法に基づき審査された結果、3月31日に「徳島すだち」としてGI登録（登録番号第129号）されました。



「徳島すだち」のGI登録証

理事組合長）が出席し、藤木眞也農林水産大臣政務官から登録証が授与されました。

県本部では、同協議会の活動を通じて、県内産地JA、県市町村、「阿波ふくご」などの関係機関との連携を強め、「徳島すだち」の一層の生産振興・消費拡大・ブランド強化に取り組んでいきます。

県内第1号「パイプハウス型簡易牛舎」完成

国・県の補助事業を活用、和牛生産基盤の拡大に期待

鳥取県本部



県内第1号となるパイプハウス型簡易牛舎

簡易牛舎は、和牛繁殖の規模拡大を行う生産者に貸し出され、初期投資の負担を軽減し、生産コストの低減による経営安定に寄与することを目的としています。生産者は5年間の計画を事前に提出し、20頭の繁殖雌牛の増頭に取り組みます。生産者・JA・全農の3者契約のもと貸与される同施設は、最終的に生産者へ譲渡される計画となっております。

鳥取県本部は4月6日、三朝町で「パイプハウス型簡易牛舎」の竣工式を行いました。この簡易牛舎は、県本部畜産課が実施している「繁殖牛生産基盤推進事業」に基づき、国・県の補助事業を活用して完成しました。同事業を活用した簡易牛舎の設置は県内で初めてで、和牛生産基盤の維持・拡大につながる取り組みとなります。



簡易牛舎で行った竣工式

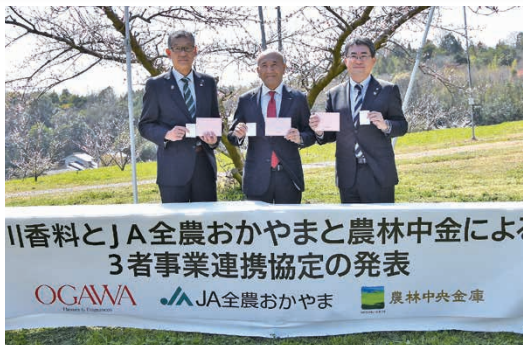
設置した簡易牛舎は、間口7・2m²×長さ38m²で、骨材は通常の園芸ハウス用パイプよりも太いものを使用しており、丈夫な上に切り妻屋根タイプで雪が積もりにくい構造となっております。

県本部では、今後も和牛生産者の規模拡大の要望に応えて、生産基盤のさらなる拡大に向け引き続き取り組んでいきます。

県産「桃花」を利用し香料を商品化

小川香料、農林中金との3者事業連携協定第1弾

岡山県本部



咲き誇る桃花の前で開催されたメディア向け発表会。左から佐賀弘県本部長、小川香料の小川裕代表取締役社長、農林中央金庫岡山支店の原田大輔支店長

岡山県本部は、2022年6月に小川香料(株)と農林中央金庫岡山支店と「岡山県産農産物の利用・普及に関する連携協定」を締結しました。今年3月には県産「桃花」を利用した香料を商品化し、メディア向け発表会を開きました。

連携協定締結により、県産農産物を活用した香りの創出、県産農産物を連想させる商品作りなどに3者で取り組んでいます。魅力的な県産農産物のPR・観光客の誘致や、持続可能なフードシステムの構築、農業生産における環境負荷の軽減

といった持続可能な開発目標(SDGs)の意義の発信に加え、農業者所得向上と地域活性化に貢献することを目指します。

取り組みの具体的な成果として、発表会当日より県産桃花を活用した香料を発売しました。当日は、満開に咲き誇る桃花の前で連携協定締結の発表に加え、新香料のお披露目も行いました。

新香料は、岡山県産桃花の香りを余すことなく引き出せるよう開発されました。暖かい日差しに包まれた「晴れの国おかやま」の春の訪れをイメージできるような香りです、今後はシャンプーや化粧品向けにプロモーションされます。

桃花に続き、第2弾として、7月には桃の果実を活用した食品用香料のリリースを予定しています。



日向夏をPRするJA宮崎経済連と協議会メンバー

主催者あいさつをする桑田専務

産地応援へ「ニッポンエールプロジェクト協議会」設立

第一弾「宮崎県産日向夏」商品
メディア向けに発表会

全農は(株)伊藤園、大関(株)、(株)栗山米菓、(株)不二家、山崎製パン(株)、全国農協食品(株)と国内農業支援の新しい取り組みとなる「ニッポンエールプロジェクト協議会」を設立しました。5月23日にメディア向け発表会をAgVenture Lab(アグベンチャーラボ)で開催し、第一弾の「宮崎県産日向夏」商品を披露しました。【営業開発部】

「ニッポンエールプロジェクト」は、全農とメーカー、販売先が協力して、国産農畜産物のPRやキャンペーンを展開し、商品を通じて産地を応援する活動です。同協議会は、国産農畜産物の消費拡大や生産振興、フードロスの削減などに関わる企業が同じテーマで商品を開

発・販売し、共同でPRやキャンペーンを展開することで産地を応援していきます。第一弾では、JA宮崎経済連と連携して「宮崎県産日向夏」を素材とした商品を開発・販売しています。メディア向け発表会では桑田義文代表理事専務が主催者あ

いさつをし、「ニッポンエール」のブランド開発に協力した(株)寛齋スーパースタジオのプロデューサーである山本未来さんがデザインにかける思いを熱く語りました。生産者を代表してJA宮崎経済連の坂下栄次代表理事会長が産地と日向夏を紹介し、

宮崎県の河野俊嗣県知事からの応援メッセージも披露されました。また、参画したメーカー各社が、参画の経緯や商品の説明を行いました。会場には約20人のメディア関係者が参加し、「宮崎県産日向夏」の魅力を伝える盛況な発表会となりました。

伊藤園



炭酸飲料
日向夏ソーダ
(280ml)



清涼飲料水
宮崎県産日向夏 (500g)

ニッポンエールプロジェクト
第一弾の「宮崎県産日向夏」商品

不二家



7本ポップキャンディ
(宮崎県産日向夏)袋



8枚パレットイエ
(日向夏チーズケーキ)

大関



日向夏にがり酒
(300ml)

山崎製パン



白いコッペパン
(宮崎県産日向夏&
ホイップクリーム)



ふわっこ
宮崎県産日向夏のクリーム

全国農協食品



日向夏キャンディ



日向夏グミ



日向夏ドライフルーツ

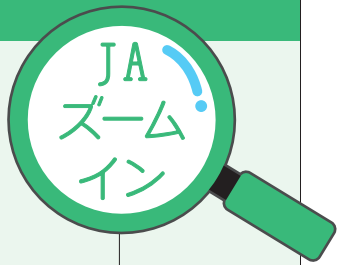


塩日向夏ゼリー

栗山米菓



瀬戸お
日向夏味



創造的自己改革へ対話を徹底

新規就農者の支援も重点に

JAあつぎは神奈川県
中央部に位置し、自然と都
市が調和した厚木市と清川
村で「夢ある未来へ 人と
ともに、街とともに、大地と
ともに」を組合理念に事業
を展開しています。管内では
市街化や再開発が進む一方
で、豊かな農業環境を生か
し、多種多様な農作物を生



新規就農者を指導する営農指導員

産。水稲・大豆・小麦・露地
野菜・施設野菜・果樹・花
きなど生産者の多くが複合
経営を行っています。

地域に根ざしたJAへ 自己改革を実践

JAでは2015年に独
自の「JAあつぎ自己改革
プラン」を策定し、組合員と
の徹底した対話に基づいて、
「農家所得の向上」「総合事
業の機能発揮」「組合員・地
域とのつながり強化」を基本
目標とする創造的自己改革
の実践に取り組んでしまし
た。具体的な実践事項として
は買い取り販売の拡大、支
所店を拠点とした協同活動
の充実、移動販売車による
買い物支援などが挙げられ
ます。



管内の買い物を支援する移動
販売車「ゆめみちゃん号」

部会組織への参加促進 新規就農者も情報共有

「農家所得の向上」では、
担い手・新規就農者を対象
とした事業改革にも取り組
んでいます。管内では厚木市
都市農業支援センターが14
年に設立されて以来、新規
就農者が増加。営農指導員も
農地確保を目的としたマッ
チングに取り組んでおり、
遊休農地・耕作放棄地の減

JAあつぎ (神奈川県)



| 概要 | 2023年2月28日現在 |
|---------|-------------------------|
| 正組合員数 | 4242人 |
| 准組合員数 | 14187人 |
| 職員数 | 363人 |
| 販売品取扱高 | 13億1千万円 |
| 購買品取扱高 | 43億8千万円 |
| 貯金残高 | 3771億1千万円 |
| 長期共済保有高 | 6028億2千万円 |
| 主な農畜産物 | 米、大豆、トマト、梨、 ブドウ、豚肉、茶 |

少に成功している地区もあ
ります。一方で、新規就農者
は市外出身であることも多
いため、既存の農業者と関
係を築ききつかけが少なく
情報共有が図られていない
ケースもありました。

そこで、営農指導員の立
場から青壮年部、作物別部
会など、部会組織への参加
を積極的に呼び掛けていま
す。これは部会維持のため
だけでなく、既存の農業者

とのコミュニケーションを
通じ、経営上の課題を解決
する契機になるなど、新規
就農者の定着にもつながっ
ています。部会としても、新
たな考えや知識を持つ新規
就農者の参画により、活動
が活発化するなど双方に良
い影響をもたらしています。
他企業にはまねのできない
協同組合らしい取り組みを
通して、今後も地域農業の
振興に取り組んでいきます。

JAあつぎでの 新規就農者への対応(例)

就農以前

- 農地の借り入れに関する条件の案内(アカデミーなどへの誘導)
- 農家研修のあっせん、農業塾による技術の習得支援
- 事業計画の作成補助
- 補助金など各種行政手続きの補助
- 農地探し、地権者交渉

就農以後

【販路開拓】

- 夢末市などの直売所、移動販売車、学校給食などへの出荷案内
- 共販の推進(キャベツ部会・業務用野菜の出荷など)
- 小麦・大豆の作付け推進
全量買い取りを行い、商品化

【栽培や組織参画へのサポート】

- 営農指導員による巡回
- 部会組織への参加を推進(青壮年部・作物別部会)
- 農業機械レンタル事業の特別価格での利用案内



インタビューー 佐川 友彦 さん

東京大学農学部、同大学院修士卒。外資系企業を経て2014年から阿部梨園に参画。代表阿部氏の右腕業を務め、その改善ノウハウを「阿部梨園の知恵袋」としてオンラインで無料公開している。現在はファームサイド株式会社を起業し、講演活動や経営支援で各地を回り、農家の経営改善運動を全国へ展開中。著書『東大卒、農家の右腕になる。小さな経営改善ノウハウ100』（ダイヤモンド社）



鶴 竣之祐 さん

大学卒業後、兼業農家の後継ぎだが親元ではなく独立就農し、福岡市内で農業を始める。地元若手農業者で2014年農業ポッドキャスト「ノウカノタネ」配信開始。20年YouTubeチャンネル「科学的に楽しく自給自足ch」配信開始。22年より農メディア事業、営農事業、AI開発事業を統合して法人化。
2021年Apple editor's choice (Apple社)
2021年Spotify NEXT クリエーター賞 (Spotify社) 受賞
2022年第51回日本農業賞 食の架け橋の部(NHK、JA全中) 奨励賞受賞

農業界“発信”のパイオニアが語る 変わっていく“発信”と “発信”で守りたいもの

ツイッターやYouTubeなどSNSが発達し、誰もが気軽に「発信」できる時代となりました。農業界では国産農畜産物の「安心」「安全」「付加価値」などを伝え、食や農への理解を深めてもらうことが重要なテーマとなっています。こうした動きを広げるために、先進的に消費者への「発信」に取り組む農業者に、きっかけや取り組みの工夫、手応え、今後について聴くインタビュー企画を始めます。インタビューにファームサイド株式会社の佐川友彦さんを迎え、第1回は福岡市の鶴竣之祐さんにお話を伺います。

「農業者も少しずつ“発信”をするようになった」

ただ「発信」する農業者は少なかったです。そこからフェイスブックが一気に普及し、農業者も少しずつ「発信」をするようになっていった印象ですね。SNSが急速に拡大する中で4、5年前からツイッター、インスタグラム、2、3年前からポッドキャストにも農業者の仲間が増えてきました。

また、長く情報発信を行う中で、情報発信の手法にも大きく分けて「交流系」「コンテンツ系」の2種類があると感じています。交流系はフェイスブックをはじめとする情報発信手法で、個々が意見を言い合いながら地域関係なくみんなで村を作り上げるような感覚が強く、今まで地域を超えた交流が難しい環境であった農業者にとっては新鮮な情報交流の場でした。

コンテンツ系はポッドキャスト、YouTubeなどに代表される、編集技術などによってうまく世界観を作り上げながら、コンテンツを分かりやすく視聴者に向けて発信することに重点を置くもので、近年は交流系からより気軽な情報発信をする農業者が増えたと感じています。



SNSで積極的に発信する鶴さん



好評のポッドキャスト「ノウカノタネ」

佐川さん 農業者の情報発信にも変化が生じているということですね。発信の内容でいうと現在鶴さんが運営されている「ノウカノタネ」では「農業を民主化する」「すべての人が農業にアクセスできる世界に」という考えを発信されていますが、そのように考えるようになったきっかけは何ですか？

鶴さん ある時農家同士で今後の農業について議論する中で、農業機械技術や作業効率が上がれば上がるほど農家(特に専業)は減っていくのではな

いか？という話になり、「違う形の農業」を模索するようになりました。その中でロシアのダーチャ(農園付き別荘)というものにたどり着いて、ダーチャのように農家・非農家関係なく、みんなが簡単に農業へアクセスし、小規模でも農業ができるようにすること、自分の理想である「故郷を守りたい」という思いが達成できるのではないかと考えたことがきっかけですね。

佐川さん すてきな考えですね。私も農業現場で働きながら情報の非対称性を強く感じていたのでも、誰でも気軽に農業にア

クセスできるようになることは、ビジネス的には不利だと言われがちな地方や小規模農家も生き生きと農業に取り組める環境づくりの第一歩になるかもしれないですね。

「発信」とは「みんなに分かってもらうこと」ではない

佐川さん 鶴さんが考える「発信する上で大事なことって何ですか？

鶴さん やっぱり交流系では、話をまとめる力がある農業者がフォロワーも多いと感じます。特にフォロワーが多い農業者は消費者に向けた発信が多く、伝えたいことの中にうまくそれぞれの個性を織り交せて発信をしているという印象です。

佐川さん 確かに、広くたくさんの人に知ってほしいという目的を意識しすぎると、本当に伝えたいことが何なのか本質を見失ってしまう可能性がりますよね。素直に自分の本音を飾らない言葉で伝え、うまく自己開示していく方が結果的にファンが増えるのかもしれないですね。

「発信」を例えるなら…
作物の「蒸散」?

佐川さん 最後に鶴さんが「発信」をする中で得たものって何ですか？

鶴さん そうですね。やはり農業に全く関わっていない方とのつながりができ、情報交換ができるようになったことですかね。「発信」によって自分の想像していなかったところで自分の言葉が響き、種がまかれ、それが新しいつながりになることを知ることができました。

佐川さん 情報発信力を多くの農業者の方が身に着けていくことで、農業に関してより質の高い情報を集積・拡散できる可能性がありますね。

鶴さん はい。今後は農業者の仕事の一つとして「発信」が重要になってくると思います。

佐川さん 「発信」して他者から反応を得ることで初めてPDCAサイクルが回るのかもしれないですね。

鶴さん そう思います。私も「発信」することでリアクションをもらえて、次のインプットができています。植物に例えると蒸散量(発信)が多いと水の吸収(新しい情報)も多くなり、併せて光合成もできているような感覚です。(笑)

佐川さん すてきな例えですね。「発信」ツールが充実してきた今、農業界全体がもっと「蒸散」していくことが大事ですね。今日はありがとうございました。

オーストリアで和牛PRイベント

全農インターナショナル欧州(株)は、4月17、18日の2日間、オーストリア・ザルツブルクで開催された「Foodイベント」に出展し、和牛のプロモーションを行いました。【輸出対策部】

イベントには、2日間で約6500人が参加。ワインや飲料、食材など約140ブースが出展しました。メインステージでは、全農インターナショナル欧州主催のCuttingセミナーが開かれ、和牛の基本情報や調理方法、ロスを最小限に抑える方法などについて説明しました。

グリルステーキ、焼き肉、しゃぶしゃぶ、和牛サンドイッチなどの試食会も行い、日本の和牛と他国産牛肉の違いを説明しました。たくさんのブースの中で、最も人気のあるブースの一つとなるほど盛況なイベントとなりました。

Cuttingセミナー、
試食会でおいしさ発信



和牛のおいしさを伝えたCuttingセミナー



全農インターナショナル欧州のイベントコーナー

4月14日は「オレンジデー」です

松山空港で

「清見タンゴール」プレゼントしPR

愛媛県本部は4月14日の「オレンジデー」に、松山空港で利用者に「清見タンゴール」をプレゼントしました。

【愛媛県本部】

「オレンジデー」は、2月14日の「バレンタインデー」、3月14日の「ホワイトデー」に続いて、お互いの愛情を確認しあう日とされています。「オレンジデー」はオレンジの魅力を広めることを目的に1994年に愛媛県内のかんきつ生産農家が発案したとされており、2009年に愛媛県本部が日本記念日協会に登録しました。

松山空港でのイベントは、今年で7回目。愛媛いよかん大使ら4人が先着1000人に「清見タンゴール」をプレゼントしま

した。愛媛県は、「清見タンゴール」の生産量が全国一。21年産実績は、4262トで、全国生産量の約4割を占めています。



松山空港で「清見タンゴール」をプレゼントする愛媛いよかん大使



JA全農の産地直送通販サイト

あいちごっこ

「果恋」は、愛知県南東部に位置する渥美半島で栽培された温室ミカンです。ハウス内で加温して育てることで春から秋にかけて収穫されます。名前のとおり小さく愛らしい姿の果実には、ジューシーな果汁がたっぷり。一口食べると濃厚な甘みが際立ちます。

こちらの商品は糖度12度以上、酸度0.9度以下のものを厳選し、化粧箱に入れてお届けします。食べる直前に冷蔵庫で冷やすと、さわやかな味わいを一層お楽しみいただけます。



田原温室みかん「果恋」(赤秀S 5kg)
……8000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

