

# 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

「ダイナミックフェア  
2023」にぎわう

(茨城県本部)

4-5面

“発信”する農業者  
第2回 横田祥さん

(広報・調査部)

Web版  
JA全農ウィークリーは  
こちらから



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

# 若手職員向けに耕種部門連携研修会

今年度第1回は茨城県のスガノ農機、田仲農場を訪問

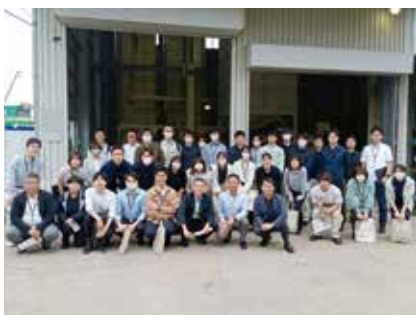
耕種総合対策部・耕種資材部・米穀部・麦類農産部



スガノ農機で機械について説明を受ける参加者

スガノ農機では、同社の代表的な製品であるプラウやレーザレベラーなどの機械についての説明・実演や土づくりに関する研修を実施。田仲農場では、施設・圃場の見学と併せた水田農業経営の実際の説明に加えて田仲利彰社長との意見交換も実施しました。

若手中心の出席者からは「土づくりや新たな農業機械活用の重要性を認識し、理解が深まった」「大規模生産者の意見を具体的に聞き取り、担い手への提案をイメージして自分の業務を考えた声が上がりました。今後、耕種部門では本研修会を継続的に企画し、生産・販売に係る幅広い知識の習得と、生産現場と担い手が全農に求めるニーズを把握し、施策を提案できる職員の育成を目指します。」



若手職員を中心に38人が参加

全農は、若手職員育成のため、耕種総合対策部・耕種資材部・米穀部・麦類農産部の4部門が主催する「水田農業に関する耕種部門連携研修会」を2022年度より開催しています。今年度の第1回研修会は、6月23日に茨城県のスガノ農機(株)と(株)農業生産法人田仲農場を訪問して行いました。

# 「ダイナミックフェア2023」にぎわう

47回目 農機・資材メーカーなど30社以上が出展

茨城県本部



多くの来場者でにぎわった会場

今年で47回目となるフェアには、農業機械・生産資材メーカーなど30社以上が出展。「チャレンジ!!農業新時代」全力応援宣言をテーマに掲げ、トータルコスト低減や生産力強化に向けた提案を行いました。メーカーブースでは、ICT技術を活用した最新鋭の農業機械の展示、肥料農薬情報や農作業支援ツール「ZIGIS」「ザルピオFM」の紹介、農作業人

茨城県本部は7月1、2日に県本部農機総合センター特設会場で「農機・生産資材大展示会 ダイナミックフェア2023」を開催。来場者は2日間で3500人を超えました。



農業機械の説明を熱心に聞く来場者

材マッチングサービス「農How」の周知活動、農業機械を長期的かつ安全に使用するためにセルフメンテナンスの促進を図りました。そのほか、家族連れでも楽しめる企画として作業着・グッズコーナーや、セルフメンテナンステナントと連携して工具コーナーを設け、機械を見るだけでなく、営農を快適で楽しくする提案をし、会場を盛り上げました。県本部では今後も生産者の農業経営強化に向け、全力で挑戦を続けていきます。



## 農水省など4省の食堂で「牛乳月間フェア」

牛乳の魅力を中央官庁職員や食堂の利用者にPR

酪農部

あふ食堂の齋藤裕香さん（写真）は、はじめ各省食堂の栄養士開発のメニュー3品を下記で公開中



フェアは、食堂を運営する株式会社SANKO MARKETING FOODSから、6月の牛乳月間に併せて利用者に「食を通じて牛乳・乳製品の魅力を発信したい」との要望を受け、実現しました。

期間中は、協同乳業(株)の農協牛乳や乳製品を使ったメニューを週替わりで10品以上提供、ミルクみそ汁付きの丼物やスパイシーチキンミルクスープカレーなどが好評でした。また(一社)Jミルクの協力で、あふ食堂入り口には47都道府

全農は5月29日～6月31日、農林水産省、財務省、法務省の各食堂で「牛乳月間フェア」を開催し、食堂利用者に牛乳の魅力をPRしました。

「モウ〜と牛乳」サイトはこちら



県の給食牛乳パックを展示し、イベントを盛り上げました。



## 今年もトウモロコシ収穫体験

農産物直売所利用者が地産地消を体感

山梨県本部

トウモロコシの収穫を楽しむ親子



トウモロコシの収穫を親子で楽しんだ。

参加した親子からは「収穫は初めてだったが収穫方法を丁寧に説明してもらえたので楽しく収穫することができた。生産者の大変さを知ることができたよ」という声が上がりました。

毎年直売所の利用者を対象に参加者を募集しています。「楽しく収穫し、おいしく食べる」ことで地産地消を体感できる、大変好評なイベントです。

収穫当日は真夏日となる中、参加者は普段入ることがないトウモロコシ畑に足を踏み入れました。子どもたちは自分の背丈よりほかに高いトウモロコシを見上げ圧倒されながらも、自分の力や大人に手伝ってもらい懸命に収穫する姿が見られました。

山梨県本部が運営している農産物直売所「たべるJ.A.んやまなし」は、6月17日に中央市で毎年恒例の「トウモロコシ収穫体験」を開催しました。



## アイデア・発想を養うワークショップ

異業種交流で得る新たな視座・視野・視点

AgVenture Lab

斬新なアイデアを出し合い盛り上がる参加者



斬新なアイデアを出し合い盛り上がる参加者

者から得られる新たな視座・視野・視点を体感しました。多岐にわたる業種での交流が深まることにも、普段の業務では得られない思考やセンスに触れることができました。

ワークショップには農林中央金庫・(株)農協観光・全国農協食品(株)・全農の他、ニチレイグループ、音響機器、建設関係、製造業などさまざまな業界から参加者が集いました。

ワークショップ中は所属・名前を隠し、事前に指定されたニックネームで呼び合い、バイアスのない関係で接するというルールの上、強制発想法を訓練できるカードゲームを実施。ゲーム中は固定概念にとらわれない大量のアイデアを出し合うことで、バックグラウンドの異なる他

AGVenture Lab(あぐラボ)は7月7日、「アイデア発想ワークショップ」を開催し、業種を超えた17企業22人が参加しました。

米農家の夫・修一さんとの結婚をきっかけに茨城県の(有)横田農場に就職。おこめLABOを主宰し、田んぼの学校・米粉sweets販売・オンライン&リアル米粉料理教室・飾り巻きずし教室などを開催。「農業は楽しい!」を子供たちへ伝える絵本「あさごはんのたね」を制作後2021年に出版し、地元農業女子による食農教育活動を全国展開するオンラインコミュニティ【AGRI BATON PROJECT】の代表を務める。子供6人の母でもある。

2020年 サステナアワード2020 ルーキー優秀賞受賞  
2021年 第49回毎日農業記録賞 最優秀賞受賞  
2023年 第7回食育活動表彰 農林水産大臣賞受賞



よこた さち  
横田祥さん



インタビュー 佐川友彦さん  
(ファームサイド株式会社)

## 農業を知らなかったからこそ分かる農業の魅力 未来を担う子供たちに 今伝えたいこと

インタビュー企画「発信する農業者」の第2回は、インタビューのファームサイド(株)の佐川友彦さんが、子供たちに向けて食育活動を展開するAGRI-BATON PROJECT代表の横田祥さんにお話を伺います。

「農業ってこんなに素晴らしいことを伝えたい!」

佐川友彦さん まず現在の食育活動を始めるきっかけを教えてください。

横田祥さん 私自身、家族の職業柄、転勤が多い環境で育ってきたため、結婚をして米農家に就職するまで、結婚に触れる機会はほとんどありませんでした。初めて田んぼのあぜ道を歩いた時、たくさんの生きものが一斉に田んぼを跳ねていく姿を見て「この楽しくてすてきな世界やお米の育つ環境を少しでも多くの子供たちに知ってもらいたい」と感じたことをきっかけに、20年前から「田んぼの学校」を企画し農業体験による食育活動をスタートしました。「いつも食べているお米は、どんなところで育っているのか、どんな人が育てているのか」ということは農家側か

ら発信していかないと消費者には届かない」と、当時はまだSNSも今ほど発展していなかったため「リアル(対面)で伝える」ことを大切にしていました。

佐川さん ご自身の印象的な経験が今の情報発信の原動力になっているんですね。20年間という長い期間、情報発信を続ける中でモチベーションは何だったのでしょうか?

横田さん 田んぼの学校に参加してくれる都会に住む消費者から「今まで知らなかった」という声を聞くたびに「まだまだ農家と消費者の距離が遠い」と感じると同時に「もっと伝えたい」という思いが強くなっていきました。今も



田んぼでの読み聞かせ

一人でも多くの子供たちに「農業の楽しさを知ってほしい」という気持ちで活動のモチベーションになっています。

**佐川さん** 手軽になった情報発信を売り上げやファンを増やすための一つの手段として活用している農業者の方も多いですが、一歩間違えると消費者からその「ビジネス感」をくみ取られてしまう懸念もあります。そういった点で、横田さんの純粋な「伝えたい」という気持ちは情報発信の中で非常に大切な要素の一つですね。

さらに「誰か聞いて」という不特定多数向けの発信よりも、横田さんのように最初からターゲットを絞って「こんな人にこんなことを伝えたい」とい

う「発信」の方が受け手も自分事として捉えやすいですね。

### 同じ思いを持った仲間をつなげた「発信」

**佐川さん** 横田農場という個人の活動から、現在約90人規模のAGRIBATON PROJECTという一つの大きな組織として活動をするようになるきっかけは何だったのでしょうか？

**横田さん** ある時友人と話をする中で、県内の中学生に授業の一環で「やりたい職業ランキング」を聞き取ったところ「農家」と答える生徒は一人もいなかったという話を聞きました。そこで「ここであきらめてしまわないで、私たちのような一農家の女性にも何かできることがあるはず」という気持ちで、

農業女子仲間3人と自分たちにできることを考える中で思いついたのが子供たちに身近な絵本で「伝える」ということでした。

絵本を作るにあたってクラウドファンディングを使って自分たちの思いを「発信」したところ、賛同してくれるたくさんの方の仲間と出会い、今の活動があります。

**佐川さん** 農業について「知っている」と「なりたい」の間の大きなギャップを横田さんのような「魅力を伝える」という「発信」が埋める役割を果たしていると感じます。またお話を伺ってクラウドファンディングは「伝えたい対象者に向けて発信すること」と「同じ「伝えたい」を持つ仲間を見つける」という目的に対して非常に有効なツールだと感じました。

### 子供たちと「発信」の交換をリアルタイムにできるのが読み聞かせ

**佐川さん** AGRIBATON PROJECTでは絵本を制作・出版しプロジェクトのメンバーである全国各地の農家さんが地元の子供たちに絵本の読み聞かせと自身の思いを伝える活動をされていますが、活動の中で印象的な体験はありますか？

**横田さん** 子供たちが絵本と農家自身の体験を興味津々で聞いてくれたあと、農産物を触ってみたり、嗅いでみたりする中で「食べてみたい」と言ってくれることが食育活動をする中で一番のうれしい瞬間です。分かりますが「発信」する方法として動画などもありますが、絵本はせりふの合間に読み手の思いや子供たちの反応に対するレスポンスを挟んで、思いのキャッチボールができるところが魅力だと感じています。

**佐川さん** 確かにそれは読み聞かせだからこそ体験ですね。ただ、たくさんの方の仲間の意見をくみ込んで絵本を作り上げるというのは苦労も多かったのではないですか？

**横田さん** それがびっくりするほど苦労を感じたことがなくて！

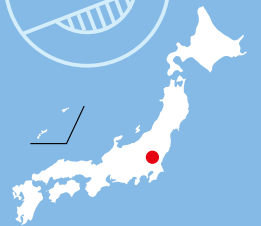
**佐川さん** 苦労を感じなかったというのは、まさに天職、横田さんに向いていたというのが大きいんだと思います。今、情報発信・表現の方法が数多くある中、個々で向いているものは異なると思うので、横田さんは絵本の読み聞かせがそうであったように農業者の方それぞれに向いているものがあり、それぞれに可能性があると感じます。改めて横田さん、今回はありがとうございました！



読み聞かせを聴く子供たち



絵本「あさごはんのたね」



# 「いちご王国・栃木」確立に向けて

## 2年連続で過去最高の販売金額を更新

栃木県本部では、2023年産(22年秋〜23年春)イチゴの販売金額が過去最高となり、22年産に続けての2年連続で最高金額を更新する結果となりました。

### イチゴ収穫量 半世紀以上日本一

栃木県のイチゴは半世紀以上日本一の収穫量を誇ります。県内で栽培する主力品種のイチゴは3種類。甘味と酸味のバランスがとれた「とちおとめ」、粒が大きくジューシーな「スカイベリー」、そして県オリジナル品種と



トップセールスで消費宣伝活動

して19年秋に初出荷された新品種「とちあいか」。23年産イチゴの販売金額は26億7千万円となり、2年連続で過去最高の販売金額を更新しました。これにより販売金額では29年連続で日本一を維持することが確実視されています。

### 「とちあいか」へ品種転換進む

販売金額過去最高の要因は、生産



栃木県産イチゴを東京駅でPR

者の常日頃からの栽培努力は当然のことですが、22年産より本格販売がスタートした「とちあいか」が大きく貢献していると言えます。「とちあいか」は「とちおとめ」に比べて単位面積当たりの収穫量が約3割多いことから、年々栽培面積が拡大しています。

際立つ甘さとハート形の断面が魅力の「とちあいか」。23年産「とちあいか」の栽培面積は約1111畝と昨年産の約2・5倍に拡大しており、県内の約25%を占める栽培状況となつています。数年後には80%まで拡大されると予測されており、栃木県の主力品種化が進んでいく見込みです。

### 担い手育成・生産拡大・ブランド確立さらに

#### ブランド確立さらに

県産イチゴのさらなる認知度向上・消費拡大を図るため、最盛期には東京・大田市場でトップセールスを行い、栃木のイチゴの魅力をアピールしています。また、首都圏や県内の量販店における販促活動、都内の主要駅や大型商業施設での広告掲出、各種イ



ハート形に見える「とちあいか」の断面

ベントやキャンペーンの実施など、シーズンを通じた多種多様な消費宣伝活動を展開しています。

また、信頼される「産地とちぎ」となるため、出荷規格の徹底や定期的に行う品質確認、22年産より開始した全品種での少量目規格の導入など、品質確保や安定供給にも積極的に取り組んでいます。

今後も、県や各産地との連携をさらに強化し、新品種「とちあいか」の主力品種への大転換を核として、『新たな担い手の確保・育成』『いちご生産の維持・拡大』『いちご王国・栃木』ブランドの確立・発信に取り組みむことで、「いちご王国・栃木」の確固たる地位確立に向けて進んでいきます。

# 「不断の自己改革」を徹底

## 持続可能な経営基盤の確立へ

JA常陸は、2014年8月に茨城県北部の5JA（ひたちなか、茨城中央、茨城みどり、茨城みずほ、茨城ひたち）が合併して誕生しました。県北地区の11市町村を管内に抱え、北関東最大規模のJAとなっています。特産品



GPSを搭載した自動運転田植機による有機米の田植え



農業用ドローンによる空中散布

としては「ほしいも」「笠間の栗」「常陸秋そば」「奥久慈の花桃」「花園牛」など茨城県北地区の特色を生かした多くの特産品や加工品があります。

### 組合員との対話を基に自己改革を着実に実践

JA常陸は、16年より組

合員との徹底した対話に基づいて「農業者の所得増大」「地域とくらしを豊かにする協同組合運動の実践」「JA自己改革を実現するための組織・事業基盤の拡充強化」を3つの柱とする自己改革の実践に全力で取り組んでいます。有機農産物の流通・消費促進を図るため、有機野菜栽培の取り組みを開始し、常陸大宮市や子会社の(株)JA常陸アグリサポートと連携し、試験栽培展示ほ場を設置しました。ジャガイモやサツマイモなどの有機栽培を始めており、有機農業により栽培、収穫された野菜は一部市内の学校給食にも提供されています。有機米栽培の計画もあり、関係機関と連携した学校給食への提供が期待され

### JA常陸 (茨城県)



ています。

### 地域になくてもはならない JAであるために

ロボットやAI（人工知能）などの先端技術を活用して農作業の省力化・効率化を図るスマート農業の普及活動も行っており、農業用ドローンの実技講習会を開催しています。女性・青年農業者の活躍促進としては、食農教育活動や環境・地域を守る活動などに取り組みむことを目的に、「常陸農業協同組合フレッシュミズの会」を発足。地域の子どもたちが参加する農業体験活



フレッシュの「農xart」紹介掲示板

動の企画運営や直売所などへポスター掲示を行い「農xart」をテーマに活躍の場を広げています。今後も、地域になくてもはならないJAであり続けるため、自己改革の実践を支える持続可能な経営基盤の確立・強化とともに、組合員との徹底した対話を通じ、総合事業を基本とした「不断の自己改革」に取り組んでいきます。

概要	2023年1月31日現在
正組合員数	3万584人
准組合員数	2万1569人
職員数	1236人
販売品取扱高	83億1千万円
購買品取扱高	51億1千万円
貯金残高	3224億5千万円
長期共済保有高	7774億8千万円
主な農畜産物	ほしいも、笠間の栗、常陸秋そば、奥久慈の花桃、花園牛

# 「田んぼの生きもの調査」拡大へ 茨城県で指導者向け研修会を開催

全農は6月22日、茨城県石岡市の朝日里山学校と近隣農場で「田んぼの生きもの調査」の活動を拡大するための指導者向け研修会を開催しました。【広報・調査部】

「田んぼの生きもの調査」は、参加者が生きものと直接触れ合う体験を通じて、農業や田んぼが果たす役割をより深く理解し、日本のお米を食べることの大切さを伝えることを目的としています。

研修会当日はあいにくの雨でしたが、出席した35人は、講師の指導のもと実際に田ん

ぼに入り39種類の生きものと38種類の植物を確認しました。午後の座学では、「田んぼの生きもの調査」の意義や、私たちと田んぼ・農業とのかかわりについて講義がありました。研修の狙いはそれぞれの職場に内容を持ち帰り、この活動を拡大していくことです。出席者からも「貴重な経験になりました。まずは身近な人に教えたいです」と感想がありました。



研修会参加者も田んぼに入り調査



図鑑と照らし合わせて生きものを観察

# 「のむヨーグルトダブルメロン」を発売

「ファミラル」と「ニッポンエール」コラボ第2弾

全農は、ファミリーマートとの協業の一環として、ファミリーマートの「ファミラル」と全農の「ニッポンエール」とのコラボ商品「のむヨーグルトダブルメロン」を、全国ファミリーマート(約1万6500店舗)で7月25日から販売しています。【営業開発部・酪農部】

熊本経済連などから調達した青肉メロンと赤肉メロンを使用し、メロンの果肉と果汁をしっかりと味わえる仕立てとしており、国産原料にこだわったドリンクヨーグルトです。

本商品を通して、国産果実や国産乳製品の消費拡大を促すとともに、全国の生産者の皆さまを応援していきます。今後も、ファミリーマートと連携し、特色を生かした協業を通じて、魅力的な国産農畜産物の訴求と販売拡大に取り組みます。



- 商品名  
ファミラル  
のむヨーグルトダブルメロン
- 価格  
175円(税込み189円)  
※軽減税率対象商品につき、税込み価格は消費税8%で表示しています。
- 販売者  
協同乳業株式会社
- 発売日  
2023年7月25日(火)
- 販売店舗  
全国ファミリーマート  
(約1万6500店舗)  
※店舗によって取り扱いのない場合があります。

JA全農の産地直送通販サイト  
JAタウン ショップ紹介

## JA晴れの国岡山 (岡山県)

岡山生まれの「瀬戸ジャイアンツ」は、栽培地域が少なく希少なブドウ品種です。黄緑色で大粒の果粒は3条にくびれ、ぷっくりと愛らしい姿。皮ごと食べられるので、パリッとした食感も楽しめます。果皮には心地よい渋みがあり、甘みが強い果肉と口の中で混ざること、絶妙な味わいを楽しめます。

種や果皮を気にせず調理できるので、ジュースやゼリー、シャーベットなどのデザートにもお勧めです。



【クール便】瀬戸ジャイアンツ 625g以上  
1房詰め……6500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](mailto:shop@ja-town1.com)