

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

アジア最大級の 青果国際見本市に初出展

(JA全農インターナショナル(株))

Web版
JA全農ウィークリーは
こちらから



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

4面

スーパー・カネスエの 社長が飛騨訪問

(岐阜県本部)



配送先変更(住所・宛名)、
配布部数変更はこちら



<https://forms.office.com/r/yUWVHyVVtK>

全農 ZEN-NOH

食と農を未来へつなぐ。

News!



アジア最大級の青果国際見本市に初出展

重点県の青果物などを海外バイヤーにPR

JA全農インターナショナル(株)



JA全農インターナショナル(株)のブース



展示品の数々

JA全農インターナショナル(株)は9月3〜5日の3日間、香港で開催された青果国際見本市「アジアフルーツロジスティクス」に初めて出展し、日本産青果物や加工食品を来場した各国のバイヤーにPRし、商談を実施しました。

毎年香港で開催される「アジアフルーツロジスティクス」は、世界各国から1万人以上のバイヤーらが来場するアジア最大級の青果国際見本市です。今回の出展では、JA全農インターナショナルと全農輸出対策部が連携して進める「輸出産地づくり」の重点県、山形・山梨・岡山・鳥取・大分から旬の品目を中心に展示しました。ブドウや桃、梨、果実飲料などをサンプルとして用意し、ブースに訪れたバイヤーへ試食品を提供しました。各国のバイヤーからは、優れた品質が高く評価され、3日間で数多くの商談を行うことができました。

また、山形県・大分県本部から参加した職員が、海外バイヤーに産地のストーリーを直接つなげ、商品の魅力により深く理解してもらうことができました。

JA全農インターナショナルは、今後も産地と連携しながら日本産青果物の輸出拡大を進めていきます。

News!



若手職員がラジオで「純情産地いわて」PR

ラジオパーソナリティーがリンドウ収穫に挑戦

岩手県本部



細川さん(右)に教わりながらリンドウを収穫する神田さん(左)

岩手県本部は、盛岡市のFM放送局「ラジオもりおか」で平日午後4時から放送されている「EVENING STROLL」内の「純情産地いわてサウンドマルシェ」のコーナーに、今年7月から若手職員が月替わりで出演し、県産農畜産物の魅力や生産者の思いを発信しています。

9月2日の放送では園芸部の職員、他、雫石町のリンドウ生産者の細川梨良さん、細川睦さんが出演し、生産現場の苦労ややりがい、リンドウの魅力を生産者の目線で語りました。

番組パーソナリティーの神田優子さんは、放送後に細川さんが所有するリンドウの畑で、県オリジナル晩生品種「いわて中秋のあい」の収穫を体験しました。「天気も良く、気持ち良く汗を流して作業ができた。私が収穫したリンドウが、誰かの手に渡って空間を彩るのかもしれない、と考える」と愛着が増すと話していました。

岩手県本部は、今回のような他産業や地域住民の農業への関わりをつくる「91農業」の取り組みを通じて、生産者の労働力確保に貢献していきます。



反社会的勢力対応、人権課題について学ぶ

全農グループ総務・人事関連講演会を開催

総務人事部



「人権・同和に関する講演会」で講演する北口副委員長

第1部「反社会的勢力に
対する対応研修会」では、暴
力団追放運動推進都民セン
ターの増田光春講師が、暴
力団等反社会的勢力の現況
と不当要求への対応につい
て講演。参加者からは「初

動対応や情報共有が重要だ
と認識できた」という声があ
りました。
第2部では部落解放同盟
の北口末広中央執行副委員
長が「激変する情報環境と
今日の部落差別」『部落地
名総鑑』事件50
年と『ビジネスと
人権』を踏まえて
く」というテーマ
で講演しました。

SNSなどの発
達によって、「部落
地名総鑑」事件は
決して過去の出
来事ではなく、差
別的な発言や情
報拡散に関する
リスクは、より一
層深刻になってい
ると改めて理解を
深める講演会とな
りました。

東京・大手町のJAビルで8月26日、「全農グループ総
務・人事関連講演会」が開かれ、本所各部・事業所・県本
部のライン長・子会社の総務・人事担当部長ら200人以
上（WEB視聴含む）が出席しました。



「農協シリーズ」に新商品

生乳たっぷり、コーヒーミルクといちごミルク

酪農部



農協生乳たっぷり
コーヒーミルク



農協生乳たっぷり
いちごミルク

「コーヒーミルク」「いち
ごミルク」は共に、たっぷり
50%以上の生乳を使用して
おり、ミルクのコク・余韻
を感じられる味わいが特徴
です。原料に国産の生乳、
砂糖、生クリームを使用し
ています。

「いちごミルク」には栃木
県産のいちごを使用してい
ます。味わいはミルクのコ
クといちごのバランスにこ
だわり、リラックスタイム
にぴったりのおいしさに仕
上げました。

全農と協同乳業(株)は全農グループが展開する「農協シリー
ズ」の新商品として、「農協 生乳たっぷり コーヒーミルク」
「農協 生乳たっぷり いちごミルク」を9月29日から全国の
量販店で発売しています。

News!



飛騨地域の産地で生産者と交流

スーパー・カネスエと訪問 コールドチェーンで鮮度保持

岐阜県本部



収穫を迎えた飛騨ほうれんそうのハウスを訪れた牛田社長(左から3人目)



飛騨トマトの生育状況を確認

県内に新設された低温物流センターは2024年2月に稼働しました。産地から青果物を直接センターへ輸送、センターから販売店舗まで徹底したコールドチェーンシステムで低温状態を維持することが可能となりました。これにより、青果物の鮮度や品質をこれまで以上に保持することができ、特に暑い時期でも生産が可能な高冷地である飛騨地域からの出荷に大きな期待が寄せられています。

巡回では、J/Aひだの志田浩一組合長や飛騨蔬菜出荷組合の今井秀和組合長と面談し、地域の農産物出荷戦略について情報交換しました。また、ホウレンソウの収穫見学やトマトの生育確認、パプリカの試食などを通じ、生産者と活発に意見を交わしました。

牛田社長の飛騨訪問は社長就任後初めてで、生産地と消費地の協調した取り組みについてより理解を深める交流となりました。

岐阜県本部は9月18日、スーパーマーケット(株)カネスエの牛田喜博社長と共に飛騨地域の産地を巡回し、ホウレンソウ、トマト、パプリカなどの生産者と交流を深めました。

News!



全農料理教室、小学生らが料理に挑戦

全農グループ各社が提供した国産農畜産物で夏らしい逸品

広報・調査部



全農親子料理教室に参加した小学生ら

本教室は、子どもたちに料理を作る楽しさや食べることの大切さを伝え、国産農畜産物に対する理解を深めてもらうことを目的に開催しています。

8月2日に開催された「全農親子料理教室」には、小学生と保護者15組計30人が参加。8月25日に開かれた「全農みんなの子ども料理教室」には、小学生から高校生の計12人が参加しました。

全農グループ各社提供の国産農畜産物を使用して、参加者は協力しながら夏野菜を切ったり、ひき肉をフ

全農は、8月に神奈川県横浜市で「全農親子料理教室」と「全農みんなの子ども料理教室」を開催しました。参加者は国産農畜産物を使った料理を作り楽しみました。



協力しながら料理に挑戦
(全農みんなの子ども料理教室)

イパンで炒めてキーマカレーを作ったりと楽しそうに取り組んでいました。全農親子料理教室に参加した小学生の保護者からは「たくさん食材を使って、彩り良いおいしいメニューができました。料理に携わる良い機会でした」と感想を寄せられました。

全農親子料理教室では、J/A全農たまごが「たまごのみつ」について紹介するなど、料理や国産の食材について楽しく知る機会となりました。これからも料理教室を通じて、食べものや日本の農業の大切さを伝えていきます。

第6回

J A イノベーターズブートキャンプ修了

未来のJAグループがやっていたらうれしい！新規事業案を発表

JAグループ全国組織8団体が共同で設立したAg Venture Lab (アグベンチャラボあぐラボ) は8月29日、第6回JAイノベーターズブートキャンプ最終発表会を行いました。

JAイノベーターズブートキャンプは、新規事業案作成・発表を通じて、「イノベータースピリット」の体得と系統間連携を目指す、全国連合同次世代リーダー育成プログラムです。2020年からスタートし、今年で6回目を迎えました。

今回は、JA全中・JA共済連・農林中金家の光協会・日本



グループワークでは多くのアイデアが出された



チームで練った新規事業案を発表

農業新聞・JA全厚連・JA新潟電算センター・静岡県信連・JA愛知信連・JA全農・JA全農インターナショナル(株)から計15人が受講しました。

受講生は、いつもと違う環境(スーツ禁止)で、バックグラウンドの違う仲間とチームを組み、未来のJAグループがやっていたらうれしい！新規事業案の作成・発表に挑みました。

発表後、ブートキャンプ中の「私」を振り返り、自分が意識した「私」と、他者に見えていた「私」のギャップを見つけ、イノベーターになるために自分が伸ばしていきたいことを各自が発表しあい、ブートキャンプを修了しました。

発表後、ブートキャンプ中の「私」を振り返り、自分が意識した「私」と、他者に見えていた「私」のギャップを見つけ、イノベーターになるために自分が伸ばしていきたいことを各自が発表しあい、ブートキャンプを修了しました。

【受講者アンケート】

- ・ 始まるまで不安や行きたくない気持ちが大きかったが、気づいたら本気になっていた
- ・ 自分の強みと課題が明確になった。強みを生かせたが、残っていた課題をクリアできるよになりたい
- ・ チーム内で役割ができ、それぞれの強みやバックグラウンドを生かした
- ・ 今後のJAグループの未来を担う頼もしい仲間ができた。

【最終発表会での全国連役員の感想】

- ・ 新規事業案をつくる研修は現在の組織の課題の解決に取り組むものが多く、ながち。今回のように、将来のJAグループを対象にしたアイデアは素晴らしい。
- ・ JAグループの中堅職員が横でつながる機会は貴重だ。今後も参加人数を増やしていつてほしい。



【最終プランで目指すところ】

評価軸	説明
いいね	現在のJAグループの基準で「良い」と判断できるプラン。信頼性・実現性・整合性が高い。
異端だね	現時点では実行が難しいが、将来的に大きな価値を生む可能性があるプラン。常識を超える発想や仕組みを含み、将来的にブレイクスルーを起こす可能性がある。

「第6回JAイノベーターズブートキャンプ」プログラム概要

	テーマ	プログラム
7/4(金)	JAグループにイノベータースピリットが必要な理由、外を見てJAグループの現在地を知り、自分のWILLを探す	起業家スピリット、海外動向、私の仕事紹介、WILLを探す
7/5(土)	SDGsを体感、異業種から刺激をうける	SDGsワークショップ、異業種交流アイデアソン
7/15(火)	ピッチを体験、WILLを言語化しアイデアにする	ピッチ大会、アイデア創発、スライドの作り方ワークショップ
7/24(木)	アイデアをビジネスモデルに昇華させる	ビジネスモデル作成、顧客ヒアリング
8/8(金)	アイデアの壁打ち、社内起業家から刺激をうける	メンタリング、JAアクセラ6期採択企業(株)WAKU講演
8/28(木)	アイデアの壁打ちをしてプランの蓋然性をあげる、魅せるピッチの習得	メンタリング、アイデアブラッシュアップ
8/29(金)	新規事業案発表、チームメンバーから他己評価をうける	全国連役員向け発表会、自分発見ワークショップ



食に関する社会課題に向けて商品開発 食材生かし栄養とおいしさを届けたい

(株)東京バル取締役 筒井玲子さん

TOKYO BAL



株式会社東京バル取締役の
筒井玲子さん

事業の原点となった東京バル店舗



アグベンチャーラボ主催「J Aアクセラレーター第7期」に採択された(株)東京バルは、食に関する社会課題に取り組みながら、国産有機野菜を使用した食アイテムを販売しているスタートアップです。取締役の筒井玲子さんに話を聞きました。

【広報・調査部】

※J Aアクセラレーターとは、J Aグループの持つ幅広いネットワークとリソースを用いてスタートアップの事業成長を支援するプログラム

(株)東京バルの事業と
その特徴について
教えてください。

食品加工における大量廃棄、温暖化ガス排出、安全性など、食に関する社会課題に取り組みながら、幅広い層に長きに愛される食アイテムをお届けすることを目指し、商品開発を展開する会社です。

中でも基幹ブランドである

「KAWAII-NE」は「食

材を余すことなく使用し、

栄養と美味しさの両立を実

現するアップサイクル&プラ

ントベース食品」を基本コン

セプトとして展開をしており

ます。

商品の販売の他にも飲食

店の経営、レシピを提案する

事業も行っています。



レシピ開発の様子

コロナ禍で飲食店が休業
補助金活用し新商品作り

現在の事業を

始めようと思った

きっかけは何ですか。

元々、私たちの事業は知人が経営していた飲食店を事業継承し、店舗の経営から事業をスタートしました。その店舗名が現在の社名になってい

ます。しかし、経営を譲り受けてすぐにコロナ禍に突入してしまい、飲食店は休業せざるを得なくなりました。

その時に国から事業再構築補助金を受けられることになり、その補助金を資金にして現在の主力商品である野菜を使用した製品の商品開発に取り組むことになりました。

野菜を使用した製品の開発は、私が元々、サステイナブルな食事を心がけていたことに加えて娘の影響も大きかったです。私たち(創業者)には5歳になるダウン症の長女がおります。彼女は赤ちゃんの頃とても小食で、少量でもたくさんさんの栄養を摂ってほしいという思いで野菜の皮や葉っぱなどの栄養価の高い部分



主力商品である「THIS IS SALAD」



「THIS IS SALAD」の原料となる国産有機野菜の食物繊維



商品製造の様子

をふんだんに離乳食にして与えていました。

最も栄養価の高い野菜の葉っぱや皮など、使いにくい部分は捨てられてしまいがち。基幹ブランドである「KAWAIIINE」は、「KAWAIIINE」は、そんな野菜の良いところを取り入れながら食べやすく、美味しく、新しい形でお届けする商品を作ろうとスタートしたアップサイクルブランドです。

——基幹ブランドである「KAWAIIINE」について詳しく教えてください。

「KAWAIIINE」は

2024年9月にリリースされた自社ブランドで、三つの主力商品があります。

一つ目は国産有機野菜の食物繊維をそのまんまぎゅつと濃縮した「THIS IS SALADシリーズ」です。持ち運ぶサラダをコンセプトにしたグラノーラです。

二つ目は茨城名産干し芋の皮残渣さんぬかを活用した「皮いいね」です。こちらは1歳から食べることができる砂糖不使用のスナックです。

三つ目は発酵食品を活用した化学調味料を使わない旨味調味料の「UMAMI

SPRINKLE」です。チーズ特有の濃厚な味わいを生み出すため、日本の伝統的な酒造りの副産物である「酒粕さけかす」を使用しています。米国有名シェフ・評論家の集まる試食会で全参加者から「BUY」の票をいただくなど、味やコンセプトへの大きな評価を受けています。

商品に使用する原材料については動物性食材、白砂糖、小麦を使わないことにこだわりを持っています。また、現在は大手の小売店、オーガニック専門のスーパーマーケット、子供用品店などで取り扱い

いがあり、インターネットでの販売も行っています。

また、ドライフード商品の賞味期限が長いことを生かし、海外への輸出も積極的に行っています。

野菜の新たな価値を創出
生活者に伝える橋渡し役に

——J Aアクセラレーター
の期間行ったこと、
または今後取り組んで
いきたいことを
教えてください。

J A系統の食品工場を抱えている「未利用素材」の課題へのアプローチを行っていくべく、まずは当社工場が位置する茨城県における「未利用素材」の課題を解決できるように商品開発を進めています。その他各行政へのヒアリングのもと、各地での事例共有や新たなパートナーシップ先の創出などを伴走頂いております。

また、今後の展望としては、各地の残渣を可視化し、拾い上げる物流の仕組みづくりから商品開発、出口戦略までを一貫して一緒にしていくこと

を展望としております。端材として捨てられてしまう日本のおいしい野菜をもっと活用して、新たな価値を創出していきたいと思っています。

——日本の農業に対して
感じている課題は
何でしょう。

日本の農業における課題を私たちが軽々しく定義することとはできませんが、食品メーカーの立場から関わる中で感じている点を挙げさせていただきます。

一つは「規格外や残渣の発生」と「それを有効活用する仕組みづくり」です。生産者の皆さまが丹精込めて育てられた農産物の中で、市場規格に合わない部分がどうしても出てしまいますが、その多くが十分に栄養やおいしさを持っています。もう一つは「消費者との距離感」です。都市部の生活者には農業現場のリアルな苦勞や価値が届きにくいことがあります。私たちは食品開発を通して、その魅力を生活者に伝える橋渡しを担っていきたいと考えています。

ニッポンエール2商品をファミマで発売 「愛媛県産レモンドライフルーツ」 「レモンのドライフルーツから生まれた蜜グミ」

全農と全国農協食品(株)は、株式会社ファミリーマートと協業し、「愛媛県産レモンドライフルーツ」と「レモンのドライフルーツから生まれた蜜グミ」を開発しました。全国のファミリーマートで10月14日に発売します。

【営業開発部、全国農協食品(株)】

愛媛県産レモンを原料とした「愛媛県産レモンドライフルーツ」と、ドライフルーツを漬けたあとの蜜液をグミに活用し、「レモンのドライ

フルーツから生まれた蜜グミ」を商品化しました。

アップサイクルの観点から、本来は多くが廃棄されている蜜液を使用し、国産レモン果実の味わいが感じられる風味豊かなグミに仕上げ、ドライフルーツと同時展開します。

※一部の店舗では取り扱いのない場合があります。

全農は、国産農畜産物の消費拡大や生産振興に向けて、今後も「ニッポンエール」の取り組みを全国の産地・品目に拡大していきます。



愛媛県産レモンドライフルーツ



レモンのドライフルーツから生まれた蜜グミ

JA全農ウィークリーのWEBをリニューアル 記事へのアクセスをさらに便利に

全農はJA全農ウィークリーのWEBページをリニューアルしました。デザインを一新し、記事の内容がより伝わるように工夫しました。

【広報・調査部】

2018年からWEB版の公開をスタートしましたが、今回初めてデザインを大幅にリニューアルしました。トップメッセージでは注目記事をバナーで表示し、記事へのアクセスを促します。

記事の検索方法について、発行号ごとで

検索できるようになった他、記事のアクセスランキングが日別、週別、月別で表示され、さらに検索しやすくなりました。

全農は今後もJA全農ウィークリーの発行を通じて全農グループの取り組みを発信していきます。



JA全農ウィークリーWEB版トップページ

JA全農
ウィークリー
WEB版は
こちらから



JA全農の産地直送通販サイト JAタウン ショップ紹介

新潟県 ハロー!! JA全農にいがた

新潟県はオリエンタルユリの全国有数産地の一つです。丈が長く、大輪の花を咲かせ、香りが良いのがその特徴です。

人気品種の「カサブランカ」は、大輪の花が華麗であると同時に清楚さを持ち合わせたユリの女王です。その中でも十日町のブランドユリ「雪華美」は丁寧な栽培管理、厳しい選別のもと出荷されています。

花を長持ちさせるポイントは、①水切りをする水の中で茎を斜めに切ること②直射日光の当たらない涼しい場所に飾ること③水は毎日取り換えること④つぼみが開いたらすぐに花粉(おしべ)を取り除くこと——の4点です。



にいがたのユリ カサブランカ【雪華美】
5本セット…4700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