

JA全農ウィークリー

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

紙面を一部リニューアルしました

Web版
JA全農ウィークリーは
こちらから



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



2面

桑田義文理事長あいさつ

3-5面

令和8年度事業計画のあらまし

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。

力を一つに 未来を拓く令和8年度

代表理事理事長 桑田 義文



令和8年度の事業開始にあたり、全国の会員JAと組合員の皆さまにご挨拶申し上げます。はじめに、日頃は本会グループの事業に対し、温かいご支援・ご協力を賜り、あらためて厚くお礼を申し上げます。

令和7年度は、長期化する生産資材価格の高止まり、不安定な米需給、相次ぐ自然災害、夏場の高温ともなう農産物被害、鶏卵や生乳の需給調整など、様々な課題への対応を余儀なくされた1年でした。厳しい事業環境の中で、安心・安全な食の提供と地域の活性化にむけて、力を尽くされている全国の会員JA役職員の皆さまに、心からの敬意と深い感謝の気持ちをお伝えいたします。

さて、去る3月24日開催の臨時総代会において、令和8年度事業計画を無事ご承認いただきました。米をめぐる環境は一年前とは大きく様変わりし、生産現場には広く不安感と緊張感が広がっています。私ども全農グループは、JAグループの経済事業を担う全国連として、「JA全農事業ビジョン2030」の実現に邁進することで、引き続き会員JAと組合員の皆さまの負託に応えてまいります。

令和8年度も、緊迫の度を増す中東情勢と資源価格の更なる高騰、地震・豪雨・猛暑・豪雪といった自然災害や異常気象、米をはじめとする農畜産物の需給・相場の変動、家畜・家禽の疾病の発生など、農業をめぐる情勢は刻々と変化しつつ、厳しさを増すものと想定されます。自らコントロールできないことも多く、対応には苦慮いたしますが、グループのもつ力を結集し、熱意をもって課題への対応にあたってまいることをお約束いたします。

また、SNS全盛の昨今では、不正確な情報や事実に基づかない誹謗中傷が広がりやすく、農業とJAグループがもつ意義・役割・機能を正しく伝えることの重要性が増しており、メディアや社会への積極的かつ丁寧な情報発信にも努めてまいります。

全農グループが半世紀にわたって築き上げてきた3つの力、“つくる力” “とどける力” “つながる力”にさらに磨きをかけ、会員JA、組合員、お取引先、そして消費者の皆さまから、「なくてはならない全農」であると、ご評価いただけるよう不断の努力を続けてまいります。

むすびに、本年度も変わらぬ利用結集を心よりお願い申し上げます。

2030年に向けた 令和8年度事業計画

本会は、令和7年度を初年度とする「JA全農事業ビジョン2030」にもとづき、
全農グループが培ってきた3つの力を原動力にして、
「① 全体戦略の実践、② 会員による利用結集、③ 会員への還元」の好循環の確立に取り組んでいます。

JA全農事業ビジョン2030

2030年の全農グループのめざす姿

持続可能な農業と食の提供のために“なくてはならない全農”であり続ける

めざす姿の実現に向けた全体戦略

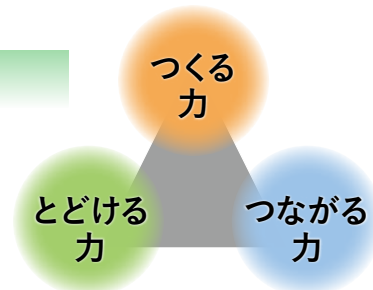
- ① 生産振興
- ② 食農バリューチェーンの構築
- ③ 海外事業展開
- ④ 地域・くらしの維持と活性化
- ⑤ 環境および社会的課題への対応
- ⑥ JA・全農グループにおける最適な事業体制の構築

会全体の財務目標

2030年のめざす姿を実現し、取扱高6兆円および会員への80億円以上の
継続的な配当ができる財務体質の実現

全農グループが培ってきた力

● 本会グループは、生産から販売まで一体となった事業体制を柔軟に構築して、培ってきた力を最大化し、JA・実需者からの期待に応えます。



情勢認識

- 国際紛争などの地政学的リスクの増加、食料安全保障の重要性の高まり
- 物価上昇、労働人口の減少などによる人手不足
- 農業現場における生産資材価格の高止まりや労働力不足、高温などの異常気象
- 「食料システム法」の全面施行
- JAグループにおける施設の老朽化、人材不足の深刻化

8年度計画の考え方

労働力不足や夏場の高温による農畜産物への影響など、日本の農業が直面する課題は多岐にわたります。米の供給不足を契機に、農業やJAグループの役割・機能への社会の認識不足と対外的な情報発信が十分でないことも明らかになりました。本会は、長期的・構造的な課題への対応に加え、これら喫緊の課題に対して、8年度計画のなかで新たな施策を講じ、既存対策も強化していきます。

「JA全農事業ビジョン2030」に掲げる全体戦略の実現に向けて、2年目となる令和8年度は、以下の具体策に特に注力して取り組みます。

2 食農バリューチェーンの構築

- 米における営農継続可能な契約栽培取引の導入拡大、加工・業務用青果物の販売拡大に向けた全農グループ営業体制の集約・強化
- 冷凍青果物製造工場の本格稼働、高機能冷蔵機能を備えた産地施設（PFC※）の新設など、ワールドチェーン流通施設の整備を通じた国産青果物の輸送体制の構築
（※PFC：プラットフォームセンターの略）
- グループ会社や他社との連携による特徴ある商品開発や製造販売体制の構築、新規取引の拡大



JAタウン会員
100万人突破
キャンペーン

1 生産振興

- 米や加工業務用野菜等の需要に応じた生産提案の強化、販売・営農・資材一体パッケージ提案など、本会の専門性を結集した生産振興の取り組み
- 高温耐性品種や暑熱対策資材・技術の普及・拡大、多収性品種の育成・栽培技術の開発
- パートナー企業等との連携による労働力支援の拡大、後継者育成に資する教育・研修機能を備えた施設の整備



新に開発された水稻新品種
「ZR2」の圃場

4 地域・くらしの維持と活性化

- 過疎地SSのローコスト運営モデルの確立や、地域生協・他企業と連携したくらし支援など、地域社会のライフラインを維持するための取り組み
- 「JAでんき」の取り扱いによるホームエネルギー事業の強化、「地域内エネルギー循環」のエリア拡大
- JA-SSブランド戦略の再構築やAコープ店舗の再編など、事業競争力の強化の取り組み



地域内エネルギー循環のスキーム図

3 海外事業展開

- 海外原料サプライヤーとの関係強化や国内における肥料原料備蓄体制の強化など、サプライチェーンの強靱化の取り組み
- 輸出先国のニーズに対応できる産地づくりおよび国産農畜産物を主原料とした加工食品の輸出拡大
- 国際的な貿易摩擦の激化に対応した海外子会社における飼料原料のグローバルな取り引き体制の構築、販売先の新規開拓



肥料原料の備蓄へ新倉庫を整備

令和8年度事業計画の6つの全体戦略

6 JA・全農グループにおける最適な事業体制の構築

- 「担い手営農サポートシステム」など、JA営農経済事業の効率化に資するシステムの普及・拡大、老朽化した農業施設の更新・再編への支援
- 全農グループ全体としての機能発揮に向けた、経営資源の一元管理などを通じたグループ経営の仕組みづくりと意識醸成の取り組み



TAC
パワーアップ大会

5 環境および社会的課題への対応

- 「グリーンメニュー」に取り組むJAの拡大、「担い手営農サポートシステム」に具備した「脱炭素見える化機能」の利用拡大
- 脱炭素社会の実現を目指した、再生可能エネルギーの取扱拡大
- 農畜産物の適正な価格形成に向けた、生産コストをふまえた営農継続を可能とする取引先との商談、国が主導するコスト指標作成への協力



グリーンマークの活用による
環境調和型農業の普及

災害等の危機管理への対応

- 全農グループが保有する備蓄資材を融通できる仕組みの構築
- 家畜疾病対策の強化 ●被害地域における農畜産物の需給調整機能の発揮

農業およびJAグループへの理解醸成

- 令和5・6年産米の供給量の減少を受けて、食と農に対する社会の関心が高まる一方、JAグループ・本会グループが果たす役割・機能への認知度が不十分であることが表面化しました。こうした背景から、農業およびJAグループ経済事業が果たす役割・機能の正しい理解を促すために、消費者やメディアなどに向けた情報発信を強化します。また、職員が本会の社会的役割を認識し、自身の業務の意義を実感できる取り組みを実施します。



7月に実施した
メディア視察ツアー



米流通に関するファクトブック

経営計画

全体戦略の実践を通じて会員による本会事業への利用結集を促進し、取扱高は5兆3,800億円を計画します。

取扱計画

[単位：億円、%]

事業	年度	8年度計画	7年度計画	計画比
米穀農産事業		10,769	7,760	139
園芸事業		12,901	12,788	101
耕種生産事業		8,384	8,394	100
畜産酪農事業		12,809	12,822	100
生活関連事業		8,938	8,736	102
合計		53,800	50,500	107

(注)消費税については、税抜表示です。また、端数処理の関係上、合計等が一致しないことがあります。

畜産生産部

九州管内ブランド豚肉をPR
福岡市でのイベントにJAグループで共同出展

試食やノベルティを配布し、各ブランド豚の魅力を積極的にPR



宮崎ブランドポーク(宮崎)・りんどうポーク(熊本)・米の恵み(大分)を合同でPR

「リトル・ママフェスタ」は、子育てに関わる全ての人が楽しめる国内最大級のファミリーイベントです。全国で開催されており今回のイベントには38社が出展し、2日間合計で8710人が来場しました。

JAグループのブースでは、ブランド豚(JAみやざき「宮崎ブランドポーク」、JA熊本経済連「りんどうポーク」、JA全農おいた「米の恵み」)を子育て世代のファミリー層向けに、試食配布を行いPRしました。約2500食分の試食に加え、各ブランド豚のノベルティがもらえるカプセルも実施し、大好評でした。本イベントを端緒に今後も、JAグループ九州間で連携しながら九州産の豚肉の認知度向上、消費拡大、また系統事業拡大に向けた取り組みを進めていきます。

JAみやざき、JA熊本経済連、JA全農おいた、JA全農ミートフーズ(株)、全農は、2月27、28日、福岡市で開催された「リトル・ママフェスタ福岡2026Feb」に、各県のブランド豚肉の認知度向上に向けて共同出展しました。

米穀部

おにぎりから国産米のおいしさPR
おコメ食べて笑おうプロジェクトに参画

「おにぎりの具材めぐり」の案内チラシ



今回のイベントは、身近な「おにぎり」を切り口に、国産米のおいしさや日本の食文化を体験的に伝え、国産米の消費拡大を目指しています。イベントは、34店舗の飲食店の協力のもと実施されました。全農は、米に関する理解醸成・消費拡大の取り組みを伝える

全農は2022年12月から企業・団体・大学・行政が業界・業種の垣根を超えて連携し、持続可能な循環型社会の実現に向け協働する「おコメ食べて笑おう」プロジェクトに参画しています。

全農は3月13、14日に東京・築地場外市場で開催された「おコメ食べて笑おうプロジェクト」主催イベント「おにぎりの具材めぐり」お米が主役！日本酒・米粉グルメ・牡蠣で楽しむホワイトデー」に参画しました。



全農ブースの様子

ブースの出展などを通じて本イベントに協力し、来場者が楽しみながら国産米の魅力に触れられる場づくりに取り組みました。今後全農は、国産米の魅力を発信し、米の消費拡大に向けて取り組んでいきます。

埼玉県本部

花の魅力発信へ「花束作り体験」

埼玉いちご祭へ出展し、いちごと一緒にPR



並べられたチューリップを選ぶ参加者



店頭では見かけない珍しい品種を用意

埼玉県本部は2月21日、さいたま市の埼玉スタジアム2002で開かれた埼玉いちご祭で、花の魅力をもっとPRするため、消費者自身が花束を作る体験イベントを実施しました。

今回で3回目を迎える県主催のいちご祭は、毎年2日間で3万人を超える来場があります。花の需要を喚起するため、「いちごと一緒に想いを込めた花束を贈りませんか?」をコンセプトに、消費者へ県産花きをPRしました。

参加者は、出荷の最盛期を迎えたチューリップ12種類の中から好きな品種を2〜3本選んでラッピングをし、贈る人への想いを込めたオリジナルの花束を作りました。

体験イベントには300人が参加し、実際に花に触れながら埼玉の花の魅力を楽しみました。大人から子供まで、

会話を楽しみながら花を選ぶ姿が見られ、普段花を手にとらない消費者にも花の魅力を伝える機会となりました。

物価高の影響により、需要期を除き花の消費は低迷が続いています。県本部では今後も県関係機関と連携し、花の魅力をもっと発信し需要拡大につなげていきます。

JA全農青果センター(株)

公式キャラクター「あぐぷ」誕生

全従業員からアイデア募集・人気投票で決定

JA全農青果センター(株)は2025年6月から「キャラクター制作プロジェクト」を立ち上げ、このたび公式キャラクター「あぐぷ」を誕生させました。

JA全農青果センターでは親しみやすい存在を通じて、企業認知の向上と社内外のコミュニケーションを活性化するため、公式キャラクター「あぐぷ」を制作しました。

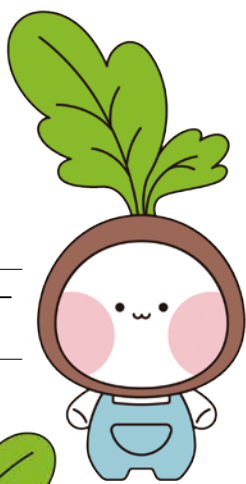
名前の由来は「agriculture」の「あぐ」と、かわいらしい音「ぷ」を組み合わせて「あぐぷ」としました。

全従業員からアイデアを募集し、集まった42作品から人気投票を実施。投票は決選投票にもつれ込むなど盛り上がりを見せました。その後、有

志で集まったプロジェクトメンバーが細かなデザインや設定、活用方法を検討し誕生しました。

「あぐぷ」は土の中から生まれた妖精という設定で、青果物のおいしさを伝えるキャラクターです。今後は商品パッケージや広報活動、イベントなど幅広い場面での活用を予定しています。

JA全農青果センターは、今後も幅広い世代に「農」と「食」の魅力を発信していきます。



公式キャラクター「あぐぷ」



翼があり飛んだところに懸け橋がかかる

JR-Cross、
JR-PLUS
×
ニッポンエール



福島県産和梨を 使ったチューハイ発売

共同開発した
「#TABICHU
(旅とチューハイ)和梨」

全農はJR東日本クロスステーション、JR東海リテイリング・プラスとタッグを組み、酒類では初の共同開発商品となる「#TABICHU(旅とチューハイ)」を開発しました。第1弾は「福島県産和梨」を使ったチューハイです。【営業開発部】

福島県産の和梨は、水はけの良い土壌や温暖な気候で育つため、みずみずしい甘みと程よい酸味が特徴です。その福島県産和梨をぜいたくに8%使用し、アルコールを3%と低めにすることで和梨本来のおいしさが存分に感じられる仕立てとなっています。

本商品は、SDGsの取り組みの一環として、変形・傷などにより流通できなかった和梨を主に使用しています。

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。

飲み方いろいろ、
季節の
果物や野菜で

「くだものを 漬けて飲みま酢」 商品リニューアル

全農は、4月1日にエーコープマーク品の「くだものを漬けて飲みま酢」をリニューアル発売しました。本商品の開発・販売を通じて、国産の果物や野菜の消費拡大を目指します。【くらし支援部】

本商品は、果物や野菜を漬けて飲むことで手軽にサワードリンクを作ることができる商品です。農産物直売所などで季節の果物などに関連陳列を行うことで、合わせ買いの効果が期待できます。

完成したサワードリンクは、焼酎や炭酸水、牛乳、お湯、水など、さまざまな割り方で楽しむことができます。原材料にもこだわっており、てん菜糖とりんご酢のりんご果汁は100%国産を使用しています。

今回の商品リニューアルでは、手に取りやすさを重視し、小容量化と手頃な価格への見直し、明るく親しみやすいデザインへ刷新しました。



エーコープくだものを
漬けて飲みま酢
(300ml)

エーコープマーク品
コミュニティサイト
「Aむすび」はこちら



4,850円
(税込み)

飛騨・美濃うまいもん広場 「明方ハム」 3本セット



JA全農の産地直送
通販サイト

JAタウン
ショップ紹介

奥美濃の豊かな自然と人情が育んだ、素材でやさしい味わいの「明方ハム」。手間ひまを惜しまない手づくり製法で、昔ながらのおいしさを大切に守り続けています。

しっかりとした肉の旨みと飽きのこない味わいが特徴で、奥美濃地方を代表する特産品として親しまれています。

お土産やお中元・お歳暮などの贈り物にも人気があり、スライスしてそのまま味わうのはもちろん、軽く焼いたり料理に使えば、さらにジューシーなおいしさが楽しめます。昔から変わらない味わいで、今も多くの人に愛され続けています。

(JAタウンはこちら) <https://www.ja-town.com>
(お問い合わせは) shop@ja-town1.com

ご注文は
こちらから

