

J A 紀の里農業振興計画

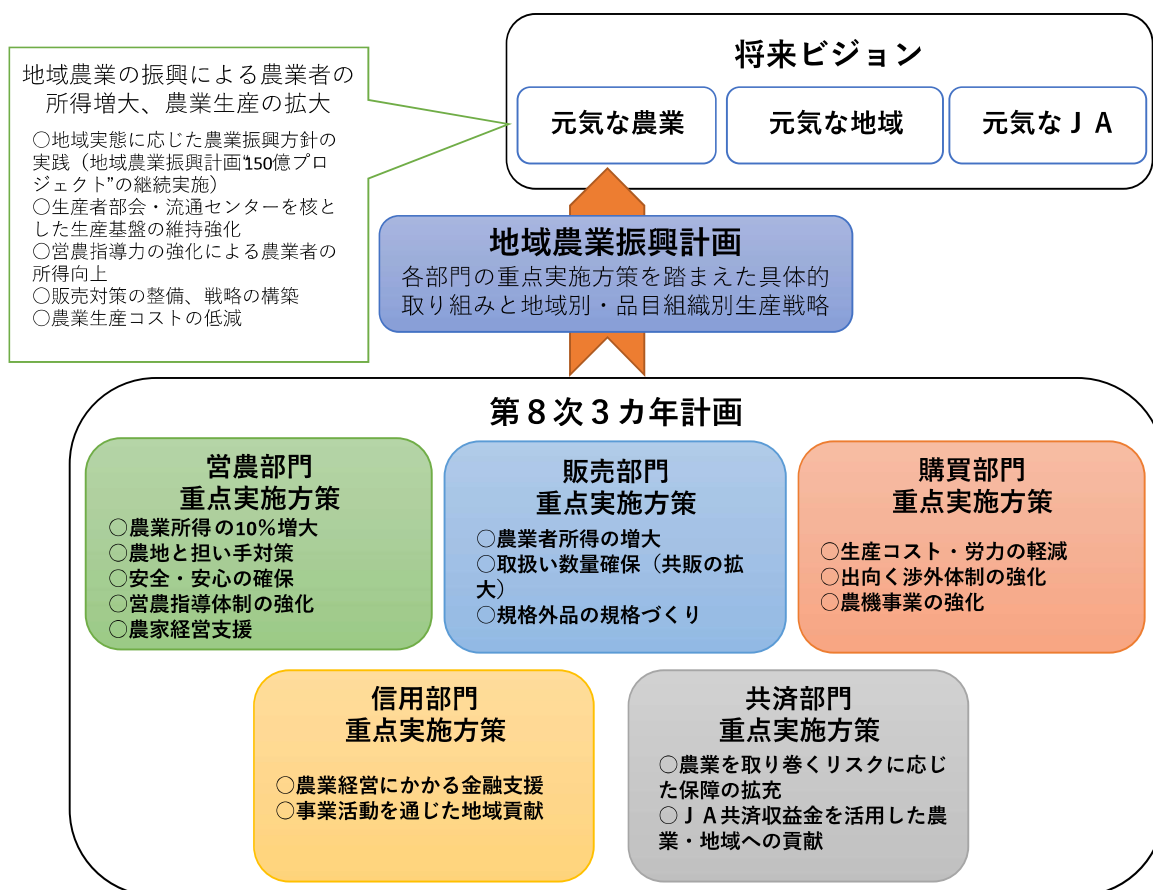
「 夢のある紀の里農業の実現と元気な人・産地づくり

～持続可能な農業所得増大に向けて～ 」

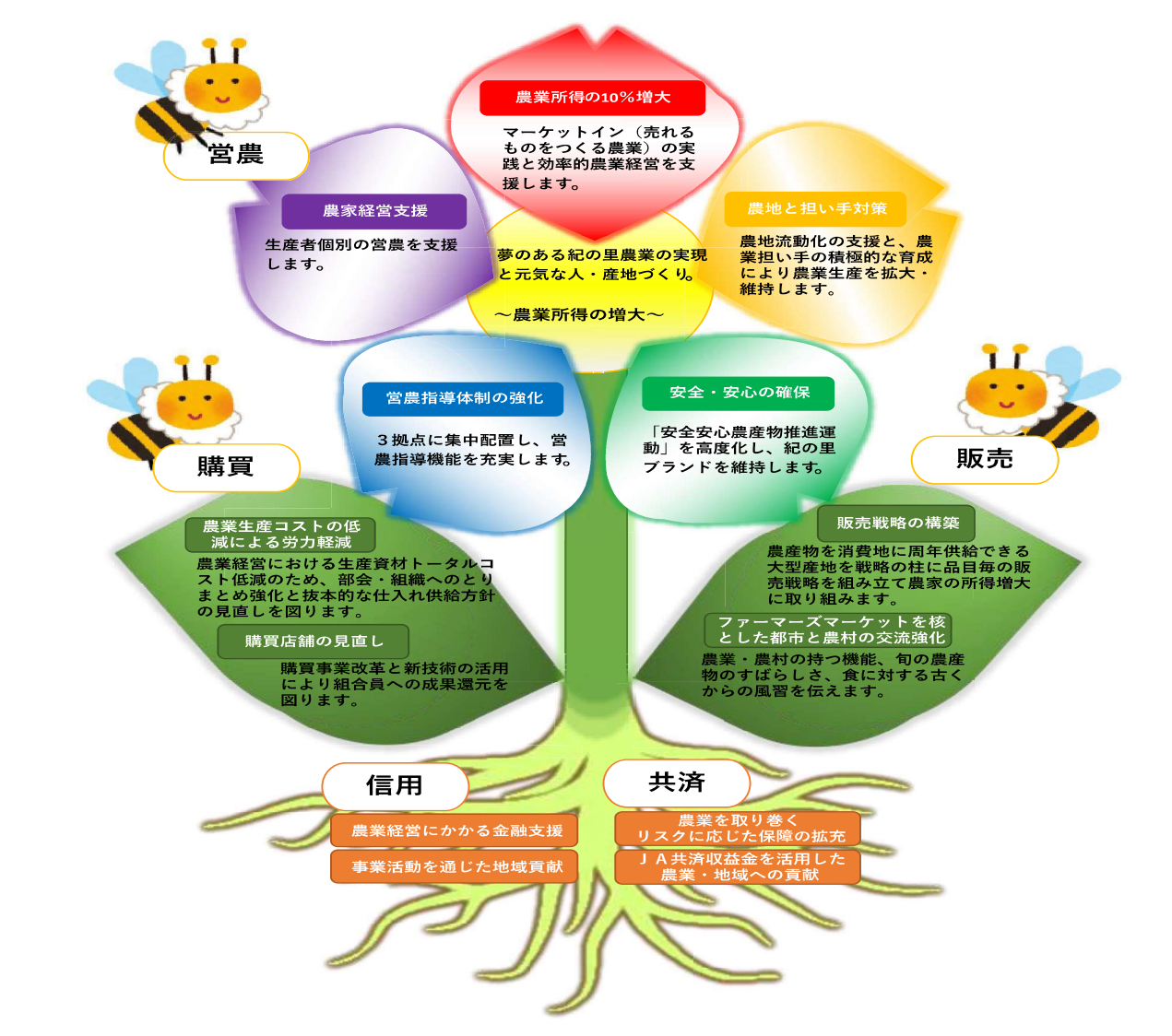
J A 紀の里は第6次中期3カ年計画（2016年～2018年）において、10年後のめざす姿『将来ビジョン』を描き「元気な農業」「元気な地域」「元気なJ A」の実現に向け、様々な取り組みを組合員とともに進めてきました。

今回策定した第8次計画（2022年～2024年）は『将来ビジョン』で提起した10年後を目前に控えた重要な期間の実施方策を定めており、営農経済事業における体制面では、今回の計画の期間内に全ての営農経済センターの設置を完了するなど重要な局面を迎えています。

第8次農業振興計画では、そうした事象を踏まえ「フルーツ王国としての地位確立」「野菜産地としての地位確立」「花き産地としての地位確立」「米産地としての地位確立」を目標とするこれまでの品目別の振興計画に加えて地域別の振興計画を策定しました。各部門の連携を基本に重点実施方策に取り組むとともに、組合員とJ Aが一丸となって農業振興計画を実践していくことで、地域農業の振興による農業者の所得増大、農業生産の拡大に取り組み『将来ビジョン』で提起した販売高 150 億円に挑戦し続けます。



イメージ図



J A 紀の里の概況



地域の発展に貢献します。

人々の豊かな心を育み

の里を愛し、

「紀の里」

「ふる里」

「果樹・やさい・花の里」

愛里

中山裕之

J A 紀の里の概要

管内概況

- 和歌山県北西部の「紀の川市」と「岩出市」を管内としている
- 管内の農業産出額*は183億円。特に果実栽培が盛んであり、産出額は117億円

*令和2年推計値（出典：農林水産省）

J A の概要

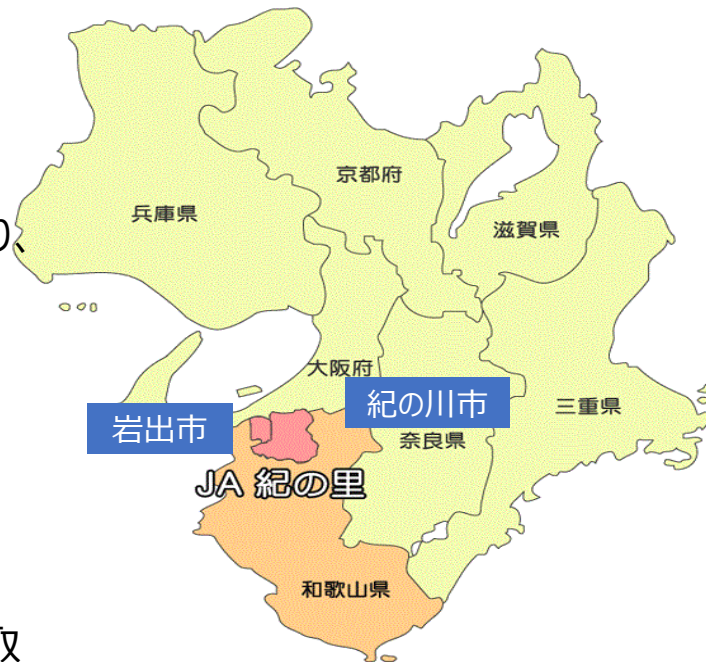
- 1992年に那賀管内の6 J A が合併し発足。その後2008年に J A 岩出が加わる
- 大消費地の大阪府と隣接している地理的条件を活かしてファーマーズマーケットやマルシェを展開
- 関西国際空港（JAから車で約40分）を起点にした輸出の取組みを2006年から本格化（2022年度の販売実績は294百万円）

● 主な農産物取り扱い量

(R4.3 未調べ)

果 樹(t)		野 菜(t)		花 き (千本)	
柿	9,642	きゅうり	527	花卉	4,351
みかん	2,713	玉ねぎ	666		
八朔	3,931	なす	190		
キウイ	1,488	トマト	62		
桃	2,452	米	820		
いちじく	413	白菜	407		
うめ	508	キャベツ	110		
いちご	136	その他野菜	189		

果 樹	柑橘（みかん・八朔・ネーブル・清見・はるみ・デコポン）柿（たねなし柿・富有柿）、キウイ、梅、すもも（すもも・ソルダム）もも、ぶどう（デラウェア・巨峰・ピオーネ）いちじく、赤梨、レモン、スイカ、イチゴ 等
野 菜	大根、玉葱、白菜、キャベツ、ほうれんそう、ねぎ、ブロッコリー、デンゲン菜、なす、きゅうり、トマト、ゴーヤ、一寸まめ、ズッキーニ、うすい、いんげん、なばな、ねぎろ大唐等
花	葉ボタン、しゃくやく、スプレー菊、輪菊、バラ、カーネーション、ストック、金魚草等



- 管内の風景（山腹にある物流センターから見下ろした写真）
- 山あい「紀の川」が流れる自然豊かな環境
- エリア構成は都市的地域が46%、平地農業地域と中山間農業地域がそれぞれ23%、山間農業地域が8%（出典：農中総研レポート）

和歌山県・紀の川市の農業産出額

果実収穫量の全国順位一覧(和歌山県が上位のものを抜粋) ()の数字は全国に占める割合

	いちじく	かき	もも	キウイフルーツ	はっさく
					
全国	全国 11,578トン	全国 187,900トン	全国 107,300トン	全国 19,700トン	全国 26,484トン
第1位	和歌山 2,114トン (18)	和歌山 39,700トン (21)	山梨 34,600トン (32)	福岡 3,880トン (20)	和歌山 18,578トン (70)
第2位	愛知 2,013トン (17)	奈良 28,300トン (15)	福島 24,300トン (23)	愛媛 3,390トン (17)	広島 4,829トン (18)
第3位	大阪 1,345トン (12)	福岡 15,800トン (8)	長野 10,600トン (10)	和歌山 2,420トン (12)	愛媛 896トン (3)
第4位	兵庫 1,297トン (11)	岐阜 12,600トン (7)	山形 8,880トン (8)	神奈川 1,210トン (6)	徳島 838トン (3)
第5位	福岡 981トン (8)	長野 9,870トン (5)	和歌山 7,310トン (7)	群馬 959トン (5)	静岡 222トン (1)
第6位	広島 568トン (5)	愛知 9,490トン (5)	岡山 5,620トン (5)	静岡 790トン (4)	熊本 177トン (1)
第7位	京都 452トン (4)	新潟 8,030トン (4)	新潟 1,630トン (2)	山梨 761トン (4)	奈良 174トン (1)
第8位	奈良 452トン (4)	愛媛 7,710トン (4)	青森 1,550トン (1)	栃木 690トン (4)	大分 160トン (1)
第9位	香川 338トン (3)	福島 7,390トン (4)	香川 903トン (1)	香川 570トン (3)	香川 149トン (1)
第10位	千葉 257トン (2)	山形 5,530トン (3)	岐阜 622トン (1)	佐賀 540トン (3)	大阪 136トン (1)

(出典) 農林水産省「令和3年作物統計」 令和元年産・特産果樹生産動態等調査

令和3年市町村別農業算出が空く (推計) データベースより・紀の川市農業産出額

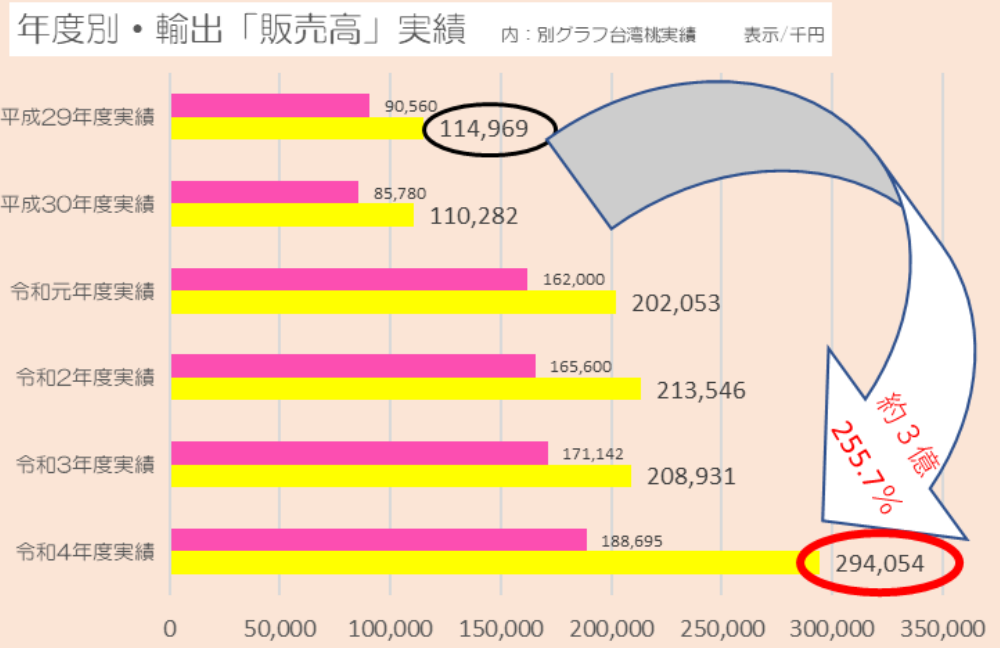
区 分	野										菜									
	計	だいこん	にんじん	さといも	やまのいも	はくさい	キャベツ	ほうれんそう	レタス	ねぎ	たまねぎ	ブロッコリー	きゅうり	なす	トマト	ピーマン	いちご	メロン	すいか	
産出額	224	2	0	2	-	5	5	3	1	8	34	2	14	14	23	3	55	0	3	
順位	県内	2	2	2	2		2	2	5	2	1	5	1	1	3	2	1	3	3	
	全国	247	420	472	318		106	208	370	315	45	283	179	94	209	177	80	441	143	

区 分	計	果								実							花 き
		みかん	りんご	ぶどう	日本なし	西洋なし	もも	おうとう	びわ	かき	くり	うめ	すもも	キウイフルーツ	パインアップル		
産出額	1,212	153	0	17	12	-	432	-	1	262	0	28	18	63	-	151	
順位 県内	2	7	2	3	1		1		2	2	2	6	3	1		1	
順位 全国	11	33	365	137	130		3		36	3	355	11	12	2		30	

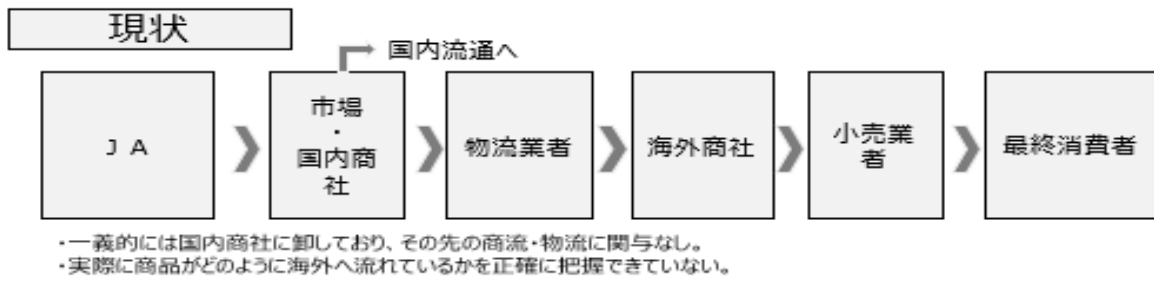


令和4年度12月末:294,054千円

独自輸出により所得増大を目指す



紀の里の戦略



- ・海外商社あるいは物流業者と直接取引を行うことで、流通コストを引き下げつつ、JAの販売価格を確保する。
- ・直接に取引を行うことで、海外販売に関するフィードバックを受けつつ、輸出マーケティングに活かしていく。

日本青果物輸出促進協議会
Japan Fruit and Vegetables Export Promotion Council

日本産の果実は極めて高い品質で
Japanese fruits are extremely high quality.
安全・安心であるために
In order to be safe and secure,
海外での需要が拡大しています。
demand in overseas is expanding.
このマークは安全・安心の日本産も
This mark represents safe and secure
憲しています。
Japanese products.

紀の里農協協同組合 (和歌山県紀の川市)

海外市場を取り込んで農家の所得安定確保

桃
柿
梅

・台湾
・香港
・シンガポール
・タイ
・マレーシア

取り組み内容

- 卸売市場荷受会社からの要請に応じて桃と柿を中心に市場出荷。事前に商談を行い数量と単価を決め、販売を委託する。市場では仲買を経由して輸出される。
- 桃の出荷は6月-8月。8種類をリレーで出荷。地区別のめそい会で出荷数量を確保する。桃の後は柿。洗抜きを行い鮮度保持加工を行うので安定出荷が可能。梅は直売扱いで香港に輸出している。
- 卸売市場を経由する輸出であるが商談会には参加し、行政と一緒に紀の川のPRを行っている。海外の売場フォロー等も行っている。西鉄運輸を利用する直接輸出も台湾の一部に実施。

輸出実績の推移

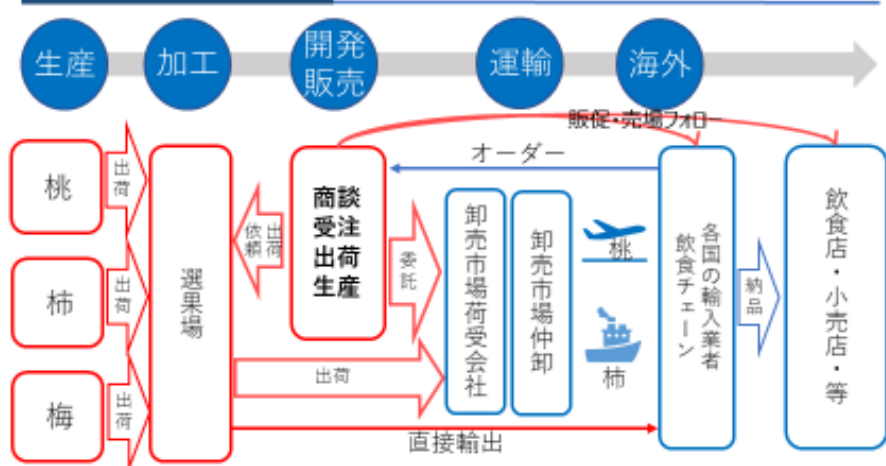
輸出国別金額の推移 (千円)



品目別輸出金額の推移 (千円)



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 大阪の卸売市場荷受会社から、2006年に台湾に桃を送りたいとのオファーが届いた。2005年に複数の選果場を合併し、大型選果設備を導入しており、選果能力に十分な余裕があったので受けることとなった。
- アジアで開催される商談会には荷受会社及び行政の担当者と一緒に参加し、取引先と輸出する品目を増やしてきた。既存及び新規取引の海外バイヤー等を日本に招いて、生産現場の視察やテスト販売などの販促を行い輸出を拡大している。
- 西鉄運輸からの提案があり台湾の一部への直接輸出も始まった。

課題と解決のポイント

❗️厳しい検疫対応

輸出先はアジア諸国であるが、植物検疫は品目別に国によって異なっている。それぞれの基準に合わせる事が輸出を伸ばすためには不可欠となっている。

植物検疫障壁があるときは生産者に協力を求め、全園地または一部の園地を登録して、栽培を行っている。台湾向け桃は特に厳しく、選果ラインから輸出分を取り出して、一玉ずつエアチェックを行っている。

❗️富裕層の信頼獲得

東南アジア向けには高い単価を維持するために高所得者を販売ターゲットとすることが必要である。特に桃は鮮度保持によって食味を維持することが求められる。

大型選果設備で高速の選果作業を行っているが、HACCPの考え方を導入し安全衛生を強化している。2004年J A 紀の里版GAPマニュアルを作成取り組み開始。グローバルGAP取得に向け研修会を開催。

❗️輸出数量の確保

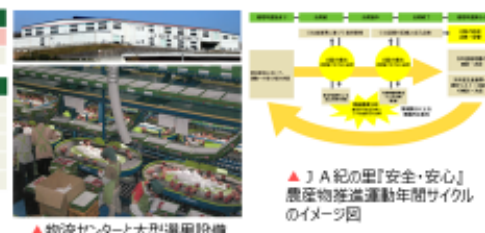
輸出の中心である桃は6月-8月に収穫が集中しており、国内での販売が中心となる。荷受会社とは事前に商談を行うが、必要数量を生産者から確保することが必須。

桃は8種類を順次輸出する。地区ごとに生産者は「めそい会」を開催し、輸出に必要な数量を品目別に確保する。輸出により国内流通量を調節することが可能となり、桃の単価を維持することで農業所得も確保。

品名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
桃	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷
柿	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷
梅	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷	出荷

今後の展望

- アジア諸国での桃の評価は高い。台湾では特に高く評価されており、現在の2倍程度の販売を見込んでいる。香港と中国への輸出を更に発展させる。特に中国市場は魅力的であり、直接輸出も検討している。
- 台湾に輸出する桃の品質チェックを効率化するために選果設備の更新を検討している。ライン上でエアチェックができる台湾向け専用の選果レーンを導入する。
- 年間輸出ができるように加工品の開発を行う。酸味が苦手な東南アジアに向けては梅のシロップ漬。柑橘類のジャム・マーマレード・缶詰等の開発も検討している。



選果施設コンセプト

- 高齢者・兼業農家・女性に優しい施設。
- 公平な評価とトレーサビリティへの対応が万全。
- 選果データのGISとの連動による地域農業振興・園地毎生産指導への活用。
- 精算代金の振込期間の大幅な短縮と明朗な会計準拠。
- 食農教育、地域・消費者との交流・研修室等の設置。
- 騒音・ゴミ・排水等環境に優しく食品を扱う施設としての管理。土足禁止・植防対応
- 組合員がいつでも気兼ねなく立ち寄れる施設。小会議室は土足OK
- 機械化による大幅な選果コストの低減と地域の雇用とのバランスがとれた選果機。
- 消費者ニーズ・市場の要望に即応できる選果ライン。
- ITを活用した販売戦略が可能なシステムの導入。

○輸出専用レーンの設立

拠点選果場の周年選果による消費地への供給体制の整備



めっけもん広場の概況

R5.3月末現在

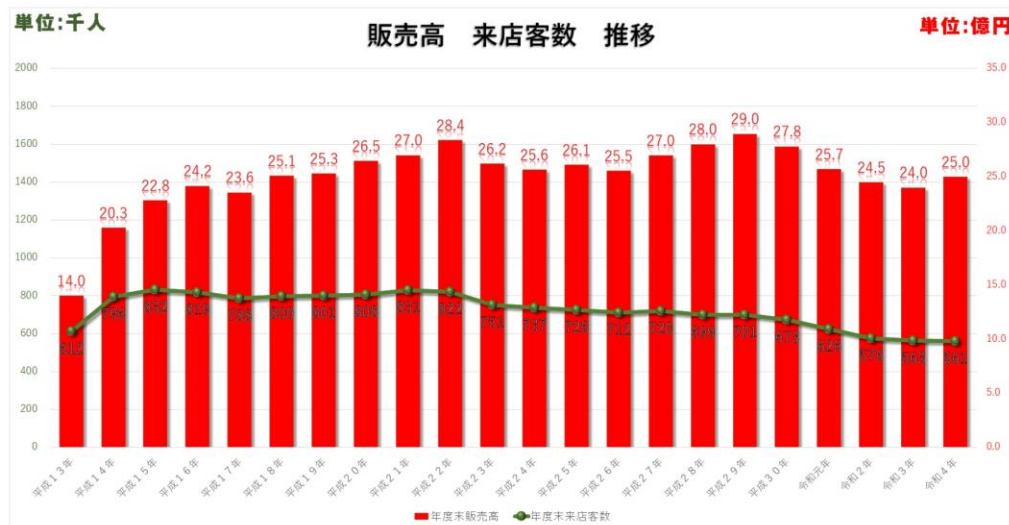
JA紀の里は大きな家族



今まで来て頂いたお客さまも、出荷農家の皆さんも、これから来て頂くお客さまも
みんなが、めっけもん広場の家族です。

販売高 (R4年度) 25.0億円

(内 花卉1.4億, 野菜5.6億, 果実11.9億
加工2.0億, 米類0.7億, 水・畜産2.3億 他)



R5年3月末現在

- ・設立 平成12年11月3日 23年目
- ・出荷者数 1,682名 (内 男性51%,女性49%)
- ・出荷者1人平均
売上数量2.6千点 販売高101.0万円
- ・来店客数 56.3万人
- ・客単価 4,452円 ・地場産率 85.6%



紀の里 '旬'たより フルーツの町「JA 紀の里」より旬をお届け



ふるさと納税

- 少ない自己負担で返礼品が受け取れ、ここ数年で利用が急増している。



めっけもん広場の通販：バーチャルでの楽しみ

2023年2月19日
品ぞろえ体感VR直売所 売り場リアルに、遠方からの“来客”期待
和歌山・JA 紀の里
| ニュース | JA | JA-OK

スマートフォンが直売所に……。和歌山県のJA 紀の里の直売所「めっけもん広場」(紀の川市)は、仮想現実(VR)上に売り場を再現し、店内で買い物しているかのように通販を楽しむのサービスを開始した。気軽に来店できない遠方住者や高齢者にも、豊富な品ぞろえから直売所に訪れる魅力を感じてもらい、新たな需要を生み出す。(本田聖)

VR体験はスマホやパソコンなどで利用でき、リアルに再現した店内を見渡しながら自由に移動できる。直売物の陳列はもちろん、店内広告(POP)も見え、直売物をタップすると、味の特徴や旬などの説明が表示され、直売の通販サイトで該当商品が買える仕組み。季節に応じた売り場の作り替えも可能。

作成のきっかけは新型コロナウイルス感染。直売所は全国のJA 直売所でもトップクラスの売り上げを誇る大型店で、大府県など市外からの来店者が半数以上を占める。緊急事態宣言下ではゴールデンウィークに休業を余儀なくされるなど、直売物の販売に支障が出た。一方、ふるさと納税の返礼品としての申し込みは好調で、特に野菜など遠方からの注文が増えた。

JA 直売所の岡田芳和課長は「遠方や高齢などで店に来るのが難しい方にも、売り場でお気に入りの直売物を遠くまで届けてもらい、安定的な通販につなげたい」と語り語る。

VR体験は、石川県のベンチャー企業と連携し、店内をくまなく撮影して作り上げた。今後は生産者のコメントや生産現場が見られる機能なども追加していきたい。電えた。

VR体験は、めっけもん広場のウェブサイト内に設置している。



バーチャルでお買い物！VRめっけもん広場誕生！



バーチャル体験はこちらから



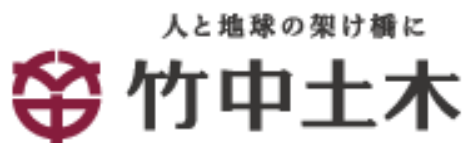


量販店のEC商流を利用した新たな B to C -EC

- 光洋オンラインショップで、消費者からの注文を受注
- 1週間の受注分をまとめて発注



BtoB



全国主要都市支店においてネット通販ポスターを掲示、各工事現場にも掲示して作業関係者及び近隣住民に向けて広告形式でPRを行って頂く、また大阪本店でのマルシェを通じて社内販売サイトへの提示を行う

【目的】

農産物通販はもとより、社員に向けた直接販売のメリットを生かし、企業間提携として「和歌山県農産物」として、物語ある贈答果実の新規顧客の獲得にも繋げる。



BtoB



株式会社アキナイ

東京・大阪・名古屋・福岡など都市部に**22店舗のレストラン**を経営。紀の里産農産物・めっけもん広場のPRを行いながら大阪・東京店舗を中心に全店舗に食材提供しています。

【目的】

食材提供はもとより、直接販売のメリットを生かし、企業間提携として「和歌山」「JA紀の里」「めっけもん広場」のブランドの広報活動拠点としても全国へ展開することで、新規顧客（通販）の獲得にも繋げる。



- ・生産者がめっけもん広場に出荷した農産物は、来店客だけでなく、レストラン*や卸売業者などの「実需者」へも販売している（J Aが仲介）
- ・スキームは、前日に実需者がJ Aへ発注し、翌朝にJ Aが受注内容に従って生産者出荷物の中から農産物をピックアップし梱包・発送まで担う。
- ・J Aが農産物をピックアップする際には、実需者のニーズや用途（料理に使うのか、ドリンクに使うのか等）に応じて、適当な生産者の出荷物を選別。
- ・レストランとの取引では、J Aがレストラン側に対して料理の写真や、食材として使用した感想を確認。これを生産者へフィードバックするよう心掛けている。

